



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 3 Nomor 3 Tahun 2023 Page 8407-8420

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Aktivisme Digital Fans K-Pop Dalam Menyuarakan Aksi Penolakan RUU Cipta Kerja (Omnibus Law) Tahun 2020

Meliana^{1✉}, Dejehave Al Jannah²

Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta

Email: melianasaragih45@gmail.com^{1✉}

Abstrak

Fans K-pop di Indonesia dipandang sebagai sekelompok penggemar yang terlalu fanatic kepada idolanya. Mereka akan menunjukkan sifat asli mereka, dengan memposting kata-kata negatif jika ada yang mengganggu, menghina, atau mengujar kebencian kepada idol mereka. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui aktivisme yang dilakukan para penggemar K-pop dalam penolakan *omnibus law*, bagaimana aktivisme tersebut berjalan, dan untuk mengetahui cara mereka dalam memobilisasi massa untuk melakukan aksi penolakan tersebut. Metode penelitian yang digunakan ialah penelitian kualitatif dengan pendekatan interpretatif. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan teori aktivisme digital. Penelitian ini mengumpulkan data melalui dokumentasi berupa *hashtag* di Twitter untuk mendapatkan informasi dan didukung dengan wawancara. Penelitian ini ingin menunjukkan bahwa para penggemar K-Pop tidaklah apolitis, mereka juga sebenarnya peduli dengan isu-isu politik yang ada di Indonesia. Tidak ada pandangan buruk terhadap keikutsertaan para penggemar K-pop selagi mereka berwarga negara Indonesia dan mengikuti prosedur dengan baik dalam menyampaikan aspirasi.

Kata Kunci : *Aktivisme Digital, Omnibus Law, Fans K-pop, Penolakan*

Abstract

K-pop fans in Indonesia are seen as a group of fans who are too fanatic to their idols. They will show their true nature, by posting negative words if anyone interferes, insults, or tests hatred for their idols. The research aims to find out the activism K-pop fans are doing in the denial of omnibus law, how it works, and to find out how they are mobilizing the masses to carry out the denial. The research method used is qualitative research with an interpretative approach. The theory used in this study is with the theory of digital activism. The study collected data through a documentation in the form of a hashtag on Twitter to obtain information and was supported by interviews. This study wanted to show that K-Pop fans were not apolitical, they were also concerned about political issues in Indonesia. There is no mistaking the participation of K-pop fans while they are Indonesian citizens and follow procedures well in delivering aspirations.

Keywords: *Digital Activism, Omnibus Law, K-pop Fans, Rejection*

PENDAHULUAN

Masyarakat di Indonesia masih memandang bahwa penggemar K-pop pada umumnya *fanatic* terhadap idolanya (Casey, 2002: 91). Musik K-pop selalu dianggap buang-buang waktu dan tidak relevan (Khusnul F, 2022: 459). K-pop, yang berarti *Korean pop* (musik pop Korea), adalah genre musik yang berasal dari Korea Selatan. Penggemar musik Korea, yang sering dipandang sebagai "kelompok yang canggung secara sosial dan tidak berguna", sangat terobsesi dengan budaya Korea (Casey, 2002: 91). Publik juga beranggapan bahwa penggemar K-pop lebih mencintai Korea Selatan daripada Indonesia, mereka dipandang sebagai sekelompok individu yang apolitis dan apatis terhadap urusan negaranya sendiri, serta terlalu mengagumi atau mengutamakan idolanya. Kata-kata tersebut termasuk stereotip buruk yang menarik perhatian penggemar K-pop di Indonesia. Adapun stereotip masyarakat sebenarnya tidak dapat dibedakan dari pengaruh usia yang mendasari para penggemar K-pop ini karena identitas mereka belum sepenuhnya terbentuk dan identitas mereka belum lengkap (Nurani, 2017). Sebut saja ARMY, fans BTS ini sudah tidak diragukan lagi jika ada berita mengenai ARMY yang berulah karena hal-hal negatif. Mereka seringkali menunjukkan perilaku agresif, terlebih di media sosial.

ARMY pernah menyerang artis TikTok Filipina Reemar Martin. Berawal setelah Reemar Martin mengumumkan bahwa dia menutup media sosialnya. Para penggemar dari Reemar secara terang-terangan telah menyerang akun Instagram milik BTS, yang semakin memperburuk keadaan. Para penggemar dari Reemar Martin mengira, jika gadis asal Filipina tersebut mundur karena telah diserang oleh *netizen* (warga internet) Indonesia, terutama para perempuan (Dian, 2020). Para penggemar Reemar ini menyerang BTS dan ARMY meski tidak tahu apakah benar bahwa ARMY yang telah mengirim komentar-

komentar kebencian kepada Reemar Martin. Kecurigaan ini terungkap karena penggemar Reemar hanya bisa melihat foto profil akun TikTok yang diserang Reemar menggunakan gambar anggota BTS. Karena situasi yang semakin kacau, Reemar mengimbau para penggemarnya di media sosial untuk berhenti menyerang BTS. Reemar juga menulis bahwa dia menutup media sosialnya bukan karena *netizen* Indonesia tetapi karena masalah keluarganya (Wulandari, 2020).

Komunitas penggemar terbagi dalam berbagai *fandom* sesuai dengan *boyband* atau *girlband*. *Fandom* merupakan istilah yang digunakan untuk mengartikan sebuah kelompok penggemar dari beberapa grup, berbagai hal dan kegiatan yang berkaitan dengan penggemar dan kegemarannya (Hollows, 2010). Secara umum, penggemar adalah sekelompok orang yang merasakan cinta dan kekaguman terhadap seseorang yang mereka sukai. Di dunia K-pop, penggemar memainkan peran besar dalam menentukan popularitas idola (Wishandy et al, 2019: 133-140). Penggemar dalam mendukung idolanya, dengan ikut *memvoting* lagu-lagu mereka, ketika mereka mengeluarkan album, membeli album dan barang-barang yang berkaitan dengan idola mereka (*merch*), dengan menghadiri konser, dan menghadiri acara resmi dari agensi (*fan meeting*). Selain itu, mereka juga mendukung dengan mengikuti (*following*) semua akun media sosial grup dan akun pribadi mereka.

Tanpa adanya dukungan dari penggemar yang setia, ketenaran seorang idola perlahan akan memudar. Bahkan jika peminatnya tidak cukup, kariernya sebagai idola di industri musik K-pop terancam gagal. Sehingga ada pihak-pihak tertentu yang dapat mempertemukan seluruh penggemar untuk mendapatkan informasi terbaru (*up to date*) di media sosial, yaitu akun grup penggemar (*fanbase*) (Wishandy et al, 2019: 134). Akun *fanbase* adalah platform media sosial yang memberikan informasi terbaru tentang aktivitas idola. Peran akun *fanbase* ini sangat dibutuhkan, dalam mengunggah aktivitas idola ke dalam media sosial, misalnya dalam mengunggah aktivitas idola ke media sosial, seperti mengunggah rekaman video (*fancam*) idola mereka saat konser dan kegiatan *fan meeting* (Wishandy et al, 2019: 134).

Tidak hanya aktif dalam mendukung idolanya saja, tapi mereka juga mengungkapkan pendapat mereka tentang masalah sosial dan politik saat ini. Mereka berkumpul untuk menyampaikan penentangan mereka, dengan membuat tagar di Twitter dan juga ikut dalam menandatangani petisi. Penggemar K-pop adalah salah satu grup yang aktif terlibat dalam tagar. Bahkan membuat para pengikut (*followers*) mereka yang bukan dari Indonesia ikut membantu dan meramaikan sejumlah tagar tersebut. Bukan hanya satu *fandom* saja yang ikut andil dalam menyuarkan penolakan mengenai *omnibus law* tapi banyak *fandom* yang ikut serta dalam aktivitas tersebut.

Meskipun penggemar K-pop banyak di pandang secara negatif, seperti yang sudah dijelaskan di atas. Hanya sedikit warga internet (*netizen*) yang tahu bahwa mereka juga melakukan kegiatan-kegiatan positif. Menurut The Guardian (2020), penggemar K-pop telah dapat menggunakan alat pengorganisasian *online* yang canggih untuk proyek yang ditujukan mendukung aktivisme politik. Media sosial telah berhasil menciptakan partisipasi digital yang lebih luas, misalnya dengan membangun komunitas digital, dan membuka akses kritik yang lebih baik (Literat et al, 2018). Twitter (Panji, 2015) merupakan salah satu media sosial yang muncul sebagai alat efektif untuk mengimplementasikan gerakan sosial dan memimpin isu-isu tertentu. Sebagai platform media sosial, Twitter digunakan tidak hanya untuk berkomunikasi, tetapi juga untuk mencari informasi berita dan mempromosikan kampanye (Milani et al, 2020: 13).

Di Korea Selatan sendiri, ARMY penggemar BTS melakukan gerakan "*Love Myself.*" Gerakan tersebut dimulai oleh BTS sendiri dengan berkolaborasi bersama UNICEF. BTS adalah satu-satunya *boyband* yang menjadi pembicara sebanyak dua kali pada pembukaan sidang PBB (Perserikatan Bangsa - Bangsa), sebagai pencapaian dari kampanye mereka yaitu "*Love Myself*" bersama dengan UNICEF, yang pertama kali dikenalkan pada 1 November 2017 lalu (Khusna, 2022). BTS dan agensinya menandatangani perjanjian kemitraan resmi dengan komite Korea untuk UNICEF yang berkerja sama dengan PBB, dalam upaya untuk mensponsori kampanye global *Love Myself #ENDviolence (Know Violence in Childhood, 2017)*. BTS telah mendonasikan dana ke UNICEF sejak tahun 2017 lalu untuk menanggulangi kekerasan yang ada pada anak-anak. Dana tersebut berasal dari hasil penjualan album dengan *series Love Yourself* dan *merchandise eksklusif* milik kampanye *Love Myself* (UNICEF, 2021).

Gerakan ini dimulai karena masih banyaknya kekerasan dan pelecehan (*seksual* atau *non-seksual*) yang terjadi di tengah masyarakat, khususnya di kalangan penggemar ARMY. Dengan gerakan sosial ini, ARMY, BTS, dan UNICEF ingin menunjukkan betapa terpuruknya seseorang yang mengalami kekerasan, dan juga ingin menunjukkan bahwa keterpurukan tersebut dapat disembuhkan melalui musik, persahabatan, dan kebaikan. Gerakan *Love Myself* juga menjadi saluran ARMY untuk saling berbagi cerita, cinta, dan kebaikan kepada sesama. Tujuan gerakan ini setidaknya untuk memastikan bahwa anak-anak dan remaja di dunia dapat menjalani kehidupan yang aman dan sehat tanpa rasa takut akan kekerasan (Khusna, 2022).

Pada tahun 2016 di Korea Selatan, para penggemar K-pop berbondong-bondong melakukan demonstrasi untuk memprotes kasus dugaan korupsi yang dilakukan oleh Presiden Park Geun Hye. Mantan presiden Korea Selatan Park Geun Hye dijatuhi hukuman

24 tahun penjara setelah dinyatakan bersalah. Dia dihukum karena penyalahgunaan kekuasaan dan melakukan pemaksaan kepada para perusahaan (Kompas.com, 2020). Park Geun Hye dituduh bekerja sama dengan teman dekatnya Choi Soon Sil untuk menekan beberapa perusahaan di Korea Selatan supaya mereka mau memberikan imbalan atas kemudahan dan fasilitas yang sudah diberikan oleh pemerintah (BBC.com, 2017). Kecurigaan itu bermula dari kabar bahwa teman lamanya Choi Soon-Sil yang ditangkap polisi setelah dinyatakan bersalah melakukan pemerasan menggunakan nama temannya (CNN.com, 2016). Tak hanya meminta "jatah preman," ia juga diduga ikut campur didalam pemerintahan. Dimana Choi Soon Sil adalah seseorang yang tidak memegang jabatan publik namun memiliki akses penuh terhadap dokumen resmi pemerintah, termasuk penyusunan pidato Park.

Pada 25 Mei 2020, *Black Lives Matter* menjadi viral akibat perlakuan diskriminatif dan brutal terhadap George Floyd, seorang warga berkulit hitam oleh polisi di Amerika Serikat (BBC.com, 2020). Anggota Departemen Kepolisian Minnesota, seorang polisi kulit putih bernama Derek Chauvin, membunuh George Floyd. George Floyd dinyatakan meninggal setelah Chauvin berlutut di leher Floyd selama beberapa menit, meskipun Floyd berulang kali memprotes bahwa dia tidak bisa bernapas. Kasus *Black Lives Matter* ini mengejutkan warga negara Amerika Serikat, dan memicu protes massal di 550 wilayah Amerika Serikat bahkan Internasional (Buchanan et al, 2020). *Black Lives Matter* berperan besar dalam membawa penggemar K-pop ke dalam diskusi politik. Selama protes *#BlackLivesMatter* setelah kematian George Floyd, *boyband* terbesar di Korea Selatan yaitu, BTS bergabung dengan seruan untuk keadilan rasial di Twitter, dan menyumbangkan hingga 1 juta USD untuk mendukung gerakan tersebut. Dua puluh empat jam kemudian, para penggemar mereka yang menyebut diri mereka ARMY berhasil mengumpulkan satu juta lagi untuk BLM (Person & Salim, 2021). *Black Lives Matter* memiliki misi, yang ditujukan untuk memberantas supremasi kulit putih dan mendukung keadilan rasial (*Black Lives Matter*, n.d.).

Di Amerika Serikat, strategi sabotase mengenai kampanye Donald Trump pada pemilihan Presiden Amerika Serikat tahun 2020, di Tulsa, Oklahoma di lakukan oleh penggemar K-pop. Selama kampanyenya, Donald Trump menggunakan sebuah strategi yang disebut "*Southern Strategy*," meskipun strategi kampanye ini sangat kontroversial karena berisi tentang kebijakan-kebijakan yang ditujukan pemilih kulit putih konservatif (Jones, 2016). Trump sering melontarkan pernyataan rasis dan mendukung supremasi kulit putih selama kampanyenya (Smith et al, 2020). Dengan Amerika tenggelam dalam isu rasisme karena pelecehan dan kekerasan terhadap kelompok kulit hitam, penggemar K-pop membantu memposting tagar *#BlackLivesMatter* di platform media sosial Twitter untuk

melaporkan tentang tagar rasis yang disebarakan anti kelompok hitam. Tagar ini menyoroti sikap penggemar K-pop terhadap Donald Trump (BBC.com, 2020). Pada 11 Juni, kampanye Donald Trump disabotase oleh penggemar K-Pop, sebuah tagar di Twitter beredar untuk mendaftarkan tiket gratis kampanye Trump tanpa niat menghadiri acara tersebut. Jadi, tanpa pendukung kampanye politik Trump terkesan hampa (Detikhot.com, 2020).

Akun Instagram ARMY Indonesia @btsarmyina.project rutin mengadakan penggalangan dana untuk kegiatan kemanusiaan pada 22 Maret 2020 hingga 15 Maret 2021 dengan slogan "ARMY Indonesia Peduli Bencana". Terdapat sembilan project yang sudah mereka laksanakan diantaranya, BTS ARMY Indonesia Lawan Corona, BTS ARMY untuk Indonesia, cinta untuk YKAKI dari BTS RM & JK, cinta untuk Yayasan Peduli Kasih dari BTS Jimin, berbagi makanan di Rumah Sakit saat ulang tahun Seokjin, berbagi untuk satwa di ulang tahun V BTS, ARMY Indonesia peduli bencana (Kalimantan Selatan, Sulawesi Barat, dan NTT), menanam pohon di hari ulang tahun J-Hope, dan membantu penyandang disabilitas di hari ulang tahun Suga. Hasil dari sembilan proyek yang sudah mereka lakukan, berhasil mengumpulkan dana sebesar Rp 1.498.135.408.

Pada tahun 2020, pengguna media sosial di Indonesia ramai memposting tagar atau *meme* tentang penolakan *Omnibus Law* atau RUU Cipta Kerja, tepat setelah DPR mengesahkannya dalam sidang paripurna pada 5 Oktober 2020 yang lalu. Menariknya tidak hanya aktivis, portal berita, dan Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) yang berpartisipasi dalam tweet tersebut, tetapi juga penggemar K-pop (Arsyi, 2022). Secara khusus, para penggemar dunia hiburan Korea Selatan yang kerap disebut *fandom* atau fans K-pop menggunakan media sosial Twitter untuk menyampaikan harapannya atas penolakan *omnibus law* atau RUU Cipta Kerja. Tagar bertajuk #MosiTidakPercaya, DPR pengkhianat, demo DPR *We Gang Gang* dan lainnya sangat ngetren di tahun 2020. Pergerakan penggemar K-pop di jejaring sosial memunculkan masalah seputar "*omnibus law*", yang berhasil mengambil alih trending topik dunia.

Penggemar K-pop dari berbagai *fandom* berkumpul untuk memposting tagar #MosiTidakPercaya dan #TolakOmnibusLaw. Mereka bahkan aktif menyampaikan keresahannya bersama pihak lainnya seperti partai politik, Lembaga Swadaya Masyarakat, organisasi mahasiswa, serikat pekerja, aktivis, dan media untuk membentuk kelompok kolektif anti *omnibus law*. Tak hanya itu, para penggemar K-pop juga ikut menyulutnya dengan tagar lain seperti #DPRDisbandParty dan #DPRFlop, yang mengisyaratkan lembaga DPR harus dibubarkan dan lembaga DPR sudah gagal dalam mendengarkan suara rakyat (Kurniawan et al, 2022: 118-128).

Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana *aktivisme digital* yang dilakukan para penggemar K-pop Indonesia berjalan di media sosial Twitter. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan jawaban yang mengkonfirmasi sekaligus menentang stereotip negatif masyarakat terhadap penggemar K-pop.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan interpretatif. Interpretatif dipandang sebagai pendekatan yang lebih sederhana untuk memahami aktivitas manusia (Doolin, 1998). Pendekatan interpretatif menawarkan cara memahami pengalaman hidup di dunia yang kompleks dari perspektif orang yang menjalaninya (Schwandt, 1994: 118-137). Kualitatif interpretatif lebih berfokus pada pengumpulan data melalui metode konvensional seperti wawancara (Myers et al, 2007), fokus grup (Morgan, 1997), dan studi etnografi (Crabtree et al, 2000; LeCompte et al, 1999). Menggunakan pendekatan kualitatif interpretatif juga memungkinkan peneliti untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang fenomena tersebut (Darke et al, 1998; Klein et al, 1999; Walsham, 1995, 2006).

Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif interpretatif, diyakini bahwa penelitian interpretatif dapat membantu peneliti memahami fenomena dari sudut pandang dan pengalaman partisipan yang diteliti (Cavaye, 1996; Johnson et al, 2004). Peneliti mempertimbangkan 4 kriteria seorang informan. Pertama dengan Ismail Fahmi selaku *Founder of Drone Emprit and Media Kernels Indonesia* Kedua, pengguna aktif Twitter. Ketiga, akun yang tergabung ke dalam *fandom* K-pop di Indonesia. Keempat, pengguna Twitter yang memahami dan berpartisipasi dalam menolak RUU Cipta Kerja atau *omnibus law*. Penelitian ini mengumpulkan data melalui dokumentasi berupa *hashtag* di Twitter untuk mendapatkan informasi dan didukung dengan wawancara.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada 5 Oktober 2020, pemerintah secara tiba-tiba mengesahkan *omnibus law* atau UU Cipta Kerja. Pengesahan ini dilakukan lebih awal dari yang sudah direncanakan, yakni pada 8 Oktober 2020. Pengesahan mendadak inilah yang menimbulkan banyak protes dari berbagai kalangan, khususnya penggemar K-pop. Menurut analisis Ismail Fahmi selaku *Founder Drone Emprit and Media Kernels Indonesia*, *omnibus law* menjadi trending topik. Tren ini muncul pada tanggal 4 dan 5 Oktober 2020 pukul 18.00 WIB, karena saat itu ada *Stop press* yang mengumumkan bahwa RUU Ciptaker atau *omnibus law* mulai berlaku. *Drone Emprit* mencatat ada total 55.967 penyebutan (*mentions*) dari *keyword omnibus law*,

Ciptaker, dan Cipta Kerja yang di tangkap oleh *Drone Emprit* di Twitter, memuncak pada pukul 21.00 WIB. Kemudian pembicaraan menjadi turun dengan volume yang masih sangat tinggi, 45.000 dan seterusnya (Fahmi, 2020).

Para penggemar K-pop mulai menunjukkan kehadiran dan kekuatannya dengan ikut membantu memobilisasi isu penolakan *omnibus law* di Twitter. Twitter merupakan platform media sosial (*microblog*), setiap pengguna dapat menulis blog atau tweet, tetapi dengan jumlah karakter yang terbatas. Twitter mudah digunakan dan memungkinkan pengguna aktif untuk men-tweet puluhan atau bahkan ratusan kali sehari. Pengguna menggunakan ini untuk membahas topik mulai dari hiburan hingga masalah sosial dan politik. Penggemar K-pop ikut menanggapi aksi penolakan *omnibus law* karena mereka merasa terdampak oleh kebijakan tersebut. Selain itu mereka juga memanfaatkan media sosial untuk menyuarakan pendapat mereka dan memperlihatkan dukungan kepada para pengunjuk rasa. Akun *fangirl* dan *fanboy* yang biasanya hanya membicarakan idolanya kini menyuarakan pendapatnya atas *omnibus law* yang disahkan DPR pada 5 Oktober 2020.

Penggemar K-pop berpartisipasi dalam upaya penolakan dengan membantu membuat tagar tweet dan membuat meme (gambar dari member group K-pop yang diberikan kata-kata lelucon sindiran). Mereka men-tweet topik ini dengan kata kunci "*omnibus law*" dan membagikannya dengan bantuan fitur Twitter (*retweet, reply, likes*). Fitur tersebut berguna dalam menyebarkan cuitan-cuitan yang disertai dengan foto atau video meme, untuk menumbuhkan *awareness* kepada warganet dan mengkritik undang-undang yang dikeluarkan oleh pemerintah. Penggemar K-pop dengan cepat merespons dengan membuat tagar *#MosiTidakPercaya, #TolakOmnibusLaw, #BatalkanOmnibusLaw, #GagalkanOmnibusLaw, #DPRKhanatiRakyat*, dan lainnya. Menurut Ismail Fahmi (2020), para penggemar K-pop selama ini terkesan diam terkait masalah-masalah politik yang terjadi, karena tidak ingin hanya bias politik yang menyebabkan pro dan kontra. Namun ketika ada masalah yang mengancam demokrasi dan merugikan kepentingan kemanusiaan, mereka mengambil langkah untuk menghidupkan kembali isu tersebut di media sosial.

Mereka serentak melakukan penolakan *omnibus law* secara bersama-sama dengan sifat desentralisasi serta terkoordinasikan dengan baik. Mereka sadar bahwa negara dalam



keadaan yang sedang tidak baik. Penolakan *omnibus law* tersebut dilakukan oleh akun dengan foto profil *member* dari *group* K-pop di Twitter. Mereka beramai-ramai menaikkan tagar agar suara mereka di dengar oleh pemerintah. Akun penggemar K-pop telah mendominasi penggunaan tagar penolakan *omnibus law*, salah satu tweet yang paling banyak dibagikan yaitu berasal dari akun penggemar EXO [@ustadchen](#). Tweet pendek tentang *omnibus law* yang dibuatnya mendapat banyak sekali dukungan yaitu, 7.740 *retweets* dan 32.6 ribu *likes*.

Sumber: Twitter.com/ustadchen

Selain tagar, ada juga meme unik yang dibuat oleh para penggemar K-pop untuk mengungkapkan ketidaksetujuannya terhadap RUU Cipta Kerja atau *omnibus law*. Sebagian besar penggemar K-pop menyertakan foto meme atau guyonan ke dalam tweet mereka. Peran meme dalam bentuk foto dan video terbukti sangat efektif untuk menarik perhatian penggemar K-pop ke anggota *fandom* lainnya. Sering dianggap lucu, meme dengan sentuhan komedi memungkinkan penggemar K-pop mempelajari topik yang sedang hangat diperdebatkan di antara *fandom* penggemar mereka. Salah satu penggemar K-pop Do Kyungsoo, Nurul Sarifah (2021) dari Kpop4planet (sebuah platform untuk penggemar K-pop yang peduli dengan masalah iklim), mengatakan bahwa penggemar K-pop ikut berpartisipasi dalam penolakan tersebut merupakan suatu hal yang positif. Karena sebagai penggemar K-pop, mereka juga sadar akan tanah kelahirannya, meski mereka mengagumi budaya Korea Selatan mereka tidak menghilangkan jati dirinya sebagai Warga Negara Indonesia dan tetap peduli akan keberlangsungan rakyat Indonesia yang menjadi motivasi penting ketika para penggemar K-pop turut melakukan penolakan.

Penggemar NCT Dream Okky (2020) percaya bahwa penggemar K-pop dapat digabungkan dengan berbagai aktivitas selama hal itu memiliki tujuan yang baik. Okky mengatakan bahwa "aktivitas tersebut secara tidak langsung bisa memperkenalkan idola kita dengan cara yang terbaik yang kita bisa, kita enggak cuma sedang berterima kasih dengan idola kita, tapi kita juga sedang menyelamatkan beberapa hal di Indonesia. " Fenomena dari gerakan para penggemar K-pop didalam dunia politik sebenarnya bukanlah yang pertama kalinya terjadi. Sebelumnya, fans K-pop mengklaim bahwa mereka telah menyabotase kampanye Donald Trump di Tulsa, Oklahoma, AS. Mereka beramai-ramai mendaftar *online* sebagai peserta kampanye, tapi sengaja untuk tidak hadir. Fans K-pop juga menjadi sorotan karena menaikkan *hashtag* yang menentang gerakan *Black Lives Matter*. Mereka juga menyerang aplikasi Departemen Kepolisian Dallas dengan meminta bukti aktivitas ilegal selama protes dilakukan.

SIMPULAN

K-pop dipelajari sebagai aktivitas penggemar dengan stigma *abnormal*, sehingga perilaku dan karakter yang ditampilkan kepada publik sebagai penggemar seringkali dianggap tidak menyenangkan, aneh, dan dianggap negatif (Booth, 2010). Aktivisme digital yang dilakukan fans K-pop dalam menolak *omnibus law* dengan membuat tagar dan meme di Twitter pada tahun 2020 tersebut, ternyata dapat mempengaruhi aktivisme politik. Para penggemar K-pop yang tadinya tidak paham, turut membaca masalah RUU ini. Setelah paham, mereka dalam waktu singkat bersatu mengangkat tagar *#MosiTidakPercaya* dan tagar-tagar lain, sehingga menjadi *trending topic* dunia. Tagar mengenai *omnibus law* menjadi trending topik tidak terlepas dari peran para penggemar K-pop. Mengingat K-pop merupakan suatu kelompok remaja yang sedang menghadapi perubahan di era globalisasi yang tidak menentu, maka mereka harus memiliki keterampilan dasar untuk bertahan dalam menghadapi perubahan tersebut (Ode, 2022).

Partisipasi politik yang dilakukan oleh para penggemar K-pop terhadap penolakan *omnibus law*, merupakan suatu pembuktian kepada masyarakat yang mana para penggemar K-pop tidak melupakan identitasnya sebagai Warga Negara Indonesia (WNI). Melalui partisipasi tersebut, para fans K-pop telah membuktikan bahwa, para K-pop tidak apatis dan bahkan mereka peduli atas permasalahan yang terjadi di negerinya. Sikap apatis dan masa bodoh terhadap isu-isu politik yang selama ini dilekatkan kepada mereka seharusnya sudah bisa di patahkan. Perlakuan para penggemar K-pop tersebut merupakan suatu reaksi terhadap stigma negatif dari masyarakat yang mereka terima, bahwa penggemar K-pop tergilagila dengan idolanya dan rela mengeluarkan uangnya untuk membeli album, *photo card*, *merchandise*, dll. Meskipun hal ini tidak bisa dipungkiri, karena pada kenyataannya itu adalah aktivitas yang dilakukan para penggemar K-pop dalam mendukung idolanya.

Tidak ada pandangan buruk terhadap keikutsertaan para penggemar K-pop selagi mereka berwarga negara Indonesia dan mengikuti prosedur dengan baik untuk menyampaikan aspirasi terhadap penolakan *omnibus law* yang telah di sahkan oleh lembaga DPR. Kenyataannya tidak semua fans K-pop dapat di pandang dengan buruk Mereka yang menjadi penggemar musik K-pop ikut serta dalam isu politik menolak *omnibus law* menandakan negara sedang dalam kondisi tidak baik. Fans K-pop tidak hanya memberikan dukungan kepada idol yang disukainya, tetapi mereka juga dengan soladiritasnya mengajak orang lain untuk menyuarakan tentang isu-isu politik sosial yang beredar dan yang dianggap kurang pantas.

DAFTAR PUSTAKA

- Aipassa, J. (2020, Juni). *BTS dan Army Beri Donasi untuk "Black Lives Matter" Senilai US\$ 2 Juta*. From <https://www.beritasatu.com/hiburan/643135/bts-dan-army-beridonasi-untuk-black-lives-matter-senilai-us-2-juta>
- Aktivisme Politik. (n.d.). *Collins English Dictionary*. From [https://www.collinsdictionary.com.translate.google.us/dictionary/english/political-activism?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=id&_x_tr_hl=id&_x_tr_pto=rq#:~:text=\(%C3%A6kt%C9%AAv%C9%AAz%C9%99m%20\),about%20political%20or%20social%20change](https://www.collinsdictionary.com.translate.google.us/dictionary/english/political-activism?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=id&_x_tr_hl=id&_x_tr_pto=rq#:~:text=(%C3%A6kt%C9%AAv%C9%AAz%C9%99m%20),about%20political%20or%20social%20change)
- Andini, A. N., & Akhni, G. N. (2021). Exploring Youth Political Participation: K-Pop Fan Activism in Indonesia and Thailand. *Global Focus, 1(1)*, 38-55. From file:///C:/Users/My%20asus/Downloads/17-76-1-PB.pdf
- Andrews, & M, A. (2020). *Did TikTokers and K- Pop Fans Foil Trump's Tulsa Rally? It's Complicated*. From <https://www.washingtonpost.com/t%0A%0Aechnology/2020/06/21/tiktok-kpoptrump-tulsa-rally/>.
- Ardhini, Z. (2023, April 10). Pengaruh Keberagaman Masyarakat Indonesia dari Segi Positif dan Negatif. *Detikedu*. From <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-6665886/pengaruh-keberagaman-masyarakat-indonesia-dari-segi-positif-dan-negatif#:~:text=4.-,Munculnya%20Sikap%20Fanatisme%20yang%20Berlebihan,lain%20adalah%20hal%20yang%20salah>
- Crabtree, A. N. (2000). Ethnomethodologically informed ethnography. *Journal of the American Society for Information Science, 51(7)*, 666-682. doi:10.1002/(SICI)1097-4571(2000)51:7<666::AID-ASI8>3.0.CO;2-5
- Darke, P., Shanks, G., & Broadbent, M. (1998). Successfully Completing Case Study Research: Combining Rigour, Relevance, and Pragmatism. *Information Systems Journal, 8*, 273-289.
- Doolin, B. (n.d.). Information technology as disciplinary technology: being critical in interpretive research on information s. *Journal of Information Technology (Routledge, Ltd.), 13(4)*, 301.
- Fahmi, I. (2020, October 6). RUU Omnibus Law Disahkan, K-Popers Strike Back. *Drone Emprit*. From <https://pers.droneemprit.id/ruu-omnibus-law-disahkan-k-popers-strike-back/>
- Herman, T. (2020, Juni 22). *Digitally-savvy and passionate, K-pop fans' Trump activism should come as no surprise*. Retrieved Maret 31, 2021 from The Guardian:

- <https://www.theguardian.com/commentisfree/2020/jun/22/digitally-savvy-and-passionate-k-pop-fans-trump-activism-should-come-as-no-surprise>
- Jeong, J. S., Lee, S. H., & Lee, S. G. (2017). When Indonesians Routinely Consume Korean Pop Culture: Revisiting Jakartan Fans of the Korean Drama Dae Jang Geum. *International Journal of Communication*, 11, 2288 – 2307. From International Journal of Communication: <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/viewFile/6302/2050>.
- Keteng Pangerang, A. M. (2018, Juni 13). *UNICEF Berterima Kasih pada BTS dan ARMY*. From Kompas.com: <https://entertainment.kompas.com/read/2018/06/13/112013610/unicef-berterimakasih-pada-bts-dan-army>
- Klein, H. K., & Myers, M. D. (1999). A Set of Principles for Conducting and Evaluating Interpretive Field Studies in Information Systems. *MIS Quarterly*, 23(1), 67-93.
- Kurniawan, A. F., Wijayanto, & Manar, D. G. (2022). Analisis Etnografi Virtual: Aktivisme Fans K-Pop Di Media Sosial Dalam Kasus Omnibus Law. *Journal of Politic and Government Studies*, 11(4), 118-128.
- Mahisa, N. R., Hidayat, A., & Munir, A. M. (2021). Analisis Gerakan Sosial Baru: Studi Kasus Gerakan Black Lives Matter terhadap Pemilihan Presiden Amerika Serikat Tahun 2020. *IJGD: Indonesian Journal of Global Discourse*, 3(2), 48-63. From <https://ijgd.unram.ac.id/index.php/ijgd/article/download/33/23>
- Margaret, L. D., & Schensul, J. J. (1999). *Designing and Conducting Ethnographic Research*.
- Miranti, A. R., & Rachmawati, I. (2019). Hubungan Kampanye BTS X UNICEF 'Love Myself' dengan Sikap Suportif Adorable Representative M.C for Youth Bandung. *Prosiding Manajemen Komunikasi*, 5(2). From file:///C:/Users/My%20asus/Downloads/17340-35488-1-PB%20(1).pdf
- Mustafa, A. (2016). Puluhan Ribu Orang Menuntut Presiden Korea Selatan Mundur. *CNN Indonesia*. From <https://www.cnnindonesia.com/internasional/20161112162545-113-172216/puluhan-ribu-orang-menuntut-presiden-korea-selatan-mundur>
- Myers, M. D., & Newman, M. (2007). The qualitative interview in IS research: Examining the craft. *Information and Organization*, 17(1), 2-26. doi:<https://doi.org/10.1016/j.infoandorg.2006.11.001>
- Nurani, N. (2017, Januari 6). *Fanatisme Fans K-Pop: candu dan Bumbu Remaja*. (A. Kusumadewi, & S. K. Dewi, Editors) From Kumparan.com: from <https://kumparan.com/kumparank-pop/fanatisme-fans-k-pop-candu-dan-bumbu-remaja/full>
- Ode, S., Wijayanto, H., Padmi, M. F., & Chandra, D. A. (2022). Penguatan Kapasitas Pemuda di Masa Pandemic Covid-19 Secara Berkelanjutan di Wilayah Jakarta Utara. *Jurnal*

- BERDIKARI*, 5(1), 82-91. From <http://journal.uta45jakarta.ac.id/index.php/berdikari/index>
- Oliver, P. E., & Marwell, G. (1992). Mobilizing Technologies For Collective Action. From <https://www.ssc.wisc.edu/~oliver/wp/wp-content/uploads/2015/07/MobTechOliverMarwell.pdf>
- Putri, I. R. (2022). Aktivisme digital dan pemanfaatan media baru sebagai pendekatan pemberdayaan masyarakat atas isu lingkungan. *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 8(2), 231-246. From <https://journal.ubm.ac.id/index.php/bricolage/article/view/3303>
- Rokhim, A. (2023, Maret). Aktivisme Politik K-popers Terhadap Isu UU Cipta Kerja di Twitter. *Radar Kudus*. From <https://radarkudus.jawapos.com/pendidikan/amp/691653570/aktivisme-politik-kpopers-terhadap-isu-uu-cipta-kerja-di-twitter>
- Saputra, H. A., Mutiarin, D., & Nurmandi, A. (2020). Analisis Wacana: Partisipasi Perempuan dalam Politik di Indonesia Tahun 2018 - 2019. *Jurnal Kajian Gender*, 12(1), 89-110. From <https://doi.org/10.28918/muwazah.v12i1.2502>
- Schwandt, T. A. (1994). Constructivist, interpretivist approaches to human inquiry. *Handbook of qualitative research*, 118-137.
- Septina, D. (2020). Awal Mula Polemik Artis TikTok Filipina Reemar Martin dan Fans BTS. *Kompas TV*. From <https://www.kompas.tv/entertainment/78715/awal-mula-polemik-artis-tiktok-filipina-reemar-martin-dan-fans-bts>
- Sidik, A. M., & Rizky, Z. M. (2021). Media Dan Digitalisasi Gerakan Sosial: Aktivisme K-Poppers Di Twitter Dalam Merespon Kampanye Trump Tahun 2020 Dan Black Lives Matter. *Khazanah: Jurnal Mahasiswa*, 13(2), 50-55. From <https://doi.org/10.20885/khazanah.vol13.iss2.art1>
- Sumardiono, N. (2022, April). Aktivisme Digital: Studi pada Penggalangan Donasi oleh Fandom BTS (ARMY) Indonesia Melalui Twitter. *Jurnal komunikasi*, 16(2), 113-128. From <https://journal.uui.ac.id/jurnal-komunikasi/article/download/19927/13654/67584>
- Walsham, G. (1995). The Emergence of Interpretivism in IS Research. *Information Systems Research*, 6(4), 376-394. doi:<https://doi.org/10.1287/isre.6.4.376>
- Walsham, G. (2006). Doing Interpretive Research. *European Journal of Information Systems*, 15(3), 320-330.
- Widodo, Y. (2021, Mei 10). K-Poppers dan Gerakan Sosial di Indonesia. From <https://www.kompas.com/hype/read/2021/05/10/072837266/k-poppers-dan-gerakan-sosial-di-indonesia?page=all>

- Wishandy, Loisa, R., & Utami, L. S. (2019). Fanatisme Penggemar K-Pop Melalui Media Sosial (Studi pada Akun Instagram Fanbase Boyband iKON). *Koneksi*, 3(1), 133-140. From file:///C:/Users/My%20asus/Downloads/jurnaladm,+915150091+Wishandy.pdf
- Wulandari, S. N. (2020, April 29). Popular Reemar Martin Minta Maaf pada ARMY dan Minta Penggemarnya Berhenti Serang BTS. (P. R. Widyastuti, Ed.) *Tribunnews.com*.
- Zahira, D., & Hermanadi, H. (2021). Memetakan Aliran Aktivisme Digital: Sebuah Pergerakan Sosial. In D. Setiawan, & N. K. Muna (Eds.), *CfDS*. From <https://cfds.fisipol.ugm.ac.id/wp-content/uploads/sites/1423/2021/01/23-CfDS-Case-Study-Memetakan-Aliran-Aktivisme-Digital-Sebuah-Pergerakan-Sosial.pdf>