

**NEGOSIASI DIRI PENGGEMAR *KPOP FANDOM ARMY*,  
*BLINK* DAN *EXO-L* DALAM MEMANAJEMEN WAKTU  
(STUDI PADA MAHASISWA ANGKATAN 2018 DI  
DARUSSALAM BANDA ACEH)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Oleh:**

**RIZKA AMALIA**

**NIM. 180401041**

**Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Prodi S1-Komunikasi Penyiaran Islam**



**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY  
BANDA ACEH**

**2022**

**SKRIPSI**

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh  
Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh  
Gelar sarjana S-1 dalam Ilmu Dakwah  
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam**

**Oleh**


**RIZKA AMALIA**

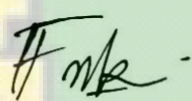
**NIM. 180401041**

**Disetujui Oleh:**

**Pembimbing I**

**Pembimbing II**

  
**Fairus, S.A.g., M.A**  
**NIP. 1974050542000031002**

  
**Fitri Meliva Sari, M.I.Kom**  
**NIP. 199006112020122015**

**SKRIPSI**

**Telah Dinilai oleh Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi  
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry  
dan Dinyatakan Lulus serta Disahkan Sebagai  
Tugas Akhir untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana S-1 dalam Ilmu Dakwah  
Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam**

**Diajukan Oleh**

**RIZKA AMALIA  
NIM. 18040141**

**Pada Hari/ Tanggal**

**Rabu, 26 Juli 2022 M  
27 Dzulhijjah 1443 H**

**di**

**Darussalam, Banda Aceh**

**Panitia Sidang Munaqasyah**

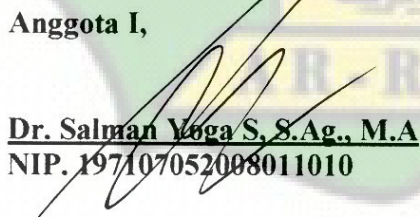
**Ketua,**

  
**Fairus, S.A.g., M.A**  
**NIP. 1974050542000031002**

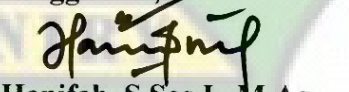
**Sekretaris,**

  
**Fitri Meliva Sari, M.I.Kom**  
**NIP. 199006112020122015**

**Anggota I,**

  
**Dr. Salman Yoga S, S.Ag., M.A**  
**NIP. 197107052008011010**

**Anggota II,**

  
**Hanifah, S.Sos.I., M.Ag**  
**NIP. 199009202019032015**

**Mengetahui,  
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry**



**Dr. Sakhri S.Sos., MA**  
**NIP. 196411291998031001**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rizka Amalia

NIM : 180401041

Jenjang : Strata Satu (SI)

Jurusan/Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dirujuk dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Jika di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry.

Banda Aceh, 25 Juli 2022

Yang Menyatakan,



Rizka Amalia

## ABSTRAK

Menjadi seorang *K-Popers* pada zaman modern ini bukan hal asing lagi. Banyak anak muda zaman sekarang yang sangat memprioritaskan idolanya dibanding dengan kewajibannya. Banyak penggemar yang tidak bisa memamanajemenkan waktu sehingga lalai dalam melakukan segala kewajibannya seperti salat tepat waktu, mendengarkan perkataan orang tuanya dan melakukan kewajiban sebagai mahasiswa. Dalam dunia *K-Popers* terdapat beberapa *fandom*. Setiap *group K-Pop* memiliki *fandom*-nya masing-masing serta memiliki nama panggilan untuk *fandom*-nya. Adapun *fandom* yang dimaksud dalam penelitian ini adalah *fandom Army, Blink* dan *Exo-l*. Tujuan penelitian ini adalah untuk menjawab pertanyaan bagaimana negosiasi diri penggemar *K-Pop fandom Army, Blink* dan *Exo-l* dalam memamanajemenkan waktu (studi pada mahasiswa angkatan 2018 di darussalam Banda Aceh). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif. Informan dalam penelitian ini dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu informan yang telah ditentukan oleh penulis. Hasil penelitian menunjukkan *fandom Army* menegosiasikan dirinya dengan membagi waktu antara siang dan malam, waktu siang digunakan untuk mengerjakan segala kewajiban sebagai umat muslim dan sebagai seorang mahasiswa. Sedangkan pada malam hari penggemar melakukan kegiatannya sebagai seorang *K-Popers*, yaitu dengan menonton *variety show* dan konten *vlog* dari idolanya. *Fandom Blink* menegosiasikan dirinya dengan membuat sebuah motivasi terhadap perilaku idola dalam hal menuntut ilmu, meskipun idolanya sudah sangat terkenal pendidikan tetap menjadi prioritas utama mereka. *Fandom Exo-l* menegosiasikan dirinya dengan membandingkan segala perilaku idola terhadap dirinya. Perilaku yang dibandingkan adalah mengatur waktu dalam beribadah dan menjalankan segala kewajibannya. Setiap penggemar menegosiasikan dirinya dengan cara yang berbeda-beda tergantung siapa yang diidolakan oleh setiap penggemar.

Kata kunci: *Negosiasi diri, fandom, Manajemen waktu.*

## KATA PENGANTAR



Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga terselesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul **“Negosiasi Diri Penggemar *K-Pop fandom Army, Blink dan Exo-l* dalam Memanajemen Waktu (Studi Pada Mahasiswa Pada Angkatan 2018 di Darussalam Banda Aceh)”**. Tidak lupa pula, selawat beserta salam penulis limpahkan kepada pangkuan alam Baginda Rasulullah Muhammad SAW, karena berkat perjuangan beliau-lah kita telah dituntunnya dari alam jahiliyah ke alam islamiyah, dari alam kegelapan ke alam yang terang benderang yang penuh dengan ilmu pengetahuan, seperti yang kita rasakan pada saat ini.

Skripsi ini merupakan kewajiban yang harus penulis selesaikan dalam rangka melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Program Sarjana (S1) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Ar-Raniry. Dalam rangka pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dimana pada kesempatan ini penulis menyampaikan ungkapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Teristimewa sekali penulis persembahkan skripsi ini kepada orang tua tercinta (Bapak Hasbullah dan Ibu Juraida) yang selalu memberikan kasih sayang, doa, nasehat, serta dukungan finansial yang luar biasa selama penulis mengikuti perkuliahan sampai menyelesaikan pendidikan, serta penulis berharap dapat menjadi anak yang dapat dibanggakan.

2. Terkhusus kepada adik tercinta Safira Azwana, abang dan kakak tersayang Muhammad Al-fadhil dan Nadia Fitria yang selalu memberikan dorongan dan kesadaran kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Prof. Dr. H. Warul Walidin AK., MA. Rektor Universitas Islam Negeri Ar-Raniry yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk dapat menuntut ilmu atau belajar di UIN Ar-Raniry.
4. Bapak Dr. Fakhri, S.sos., M.A selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Bapak Drs. Yusri., M.LIS selaku Wakil Dekan I Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Bapak Zainuddin T, M.Si selaku Wakil Dekan II dan Bapak Dr. T. Lembong Misbah, M.A selaku Wakil Dekan III.
5. Bapak Azman, S.Sos.,I. M.I. Kom Selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Ar-Raniry.
6. Ibu Hanifah, S.Sos. I., M.Ag., selaku Sekretaris Prodi KPI yang telah meluangkan waktu untuk mahasiswa KPI berkonsultasi terkait permasalahan akademik.
7. Bapak Fairuz, S.Ag., M.A selaku Penasehat Akademik dan Pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan pikiran untuk membimbing dan memberikan arahan dalam proses pelaksanaan proposal skripsi lalu penelitian sehingga terselesainya skripsi ini dengan baik.
8. Ibu Fitri Meliya Sari, M.I.Kom selaku pembimbing II yang telah meluangkan banyak waktu dan pikiran untuk membimbing dan

memberikan arahan dalam proses pelaksanaan skripsi lalu penelitian sehingga terselesainya skripsi ini dengan baik.

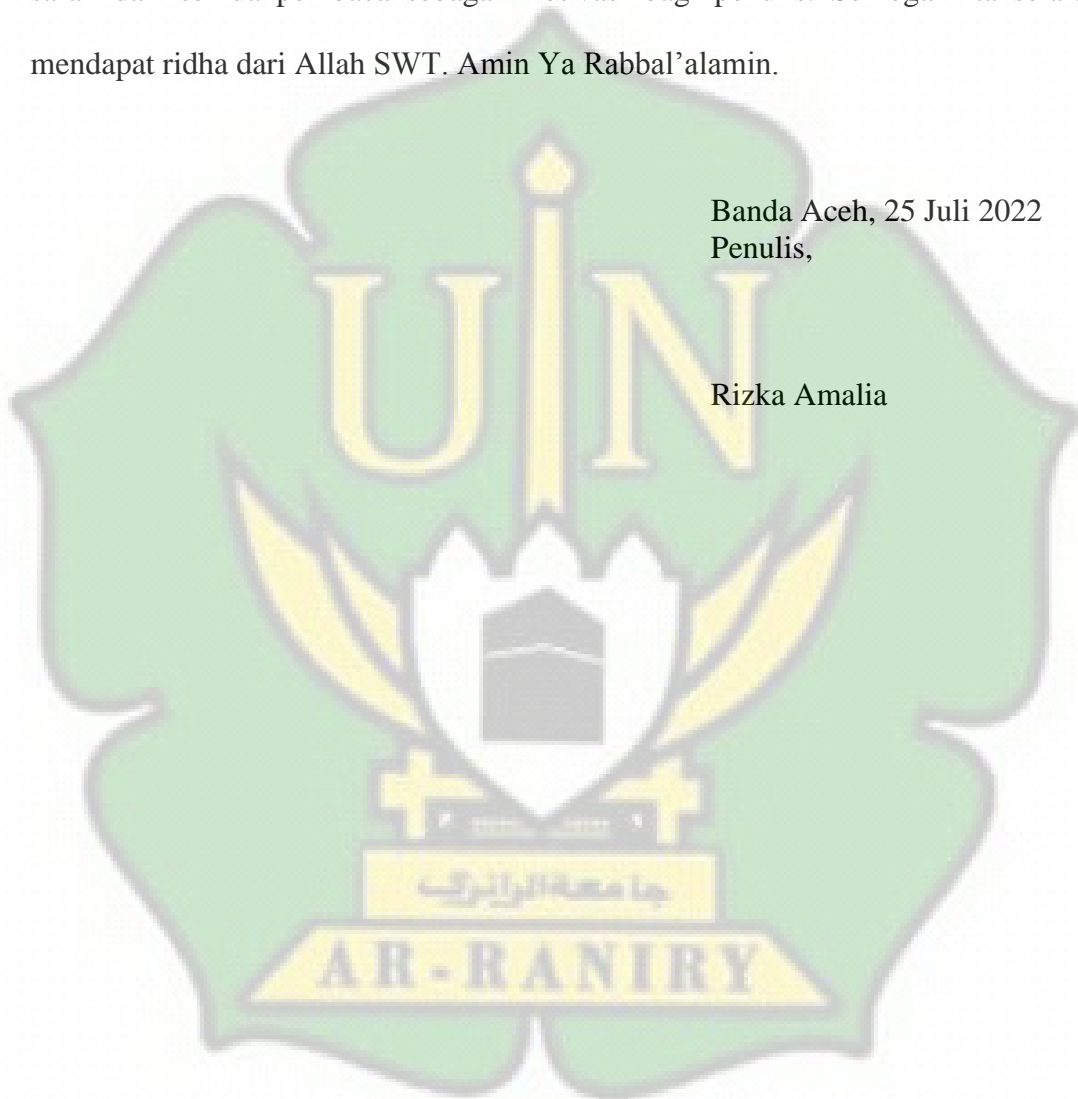
9. Seluruh dosen dan karyawan Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry yang telah banyak memberikan ilmu dan bimbingan kepada penulis.
10. Terimakasih kepada sahabat saya Anida Ramadhatillah dan Fatimah Al - Zuhra, yang selalu mendukung dan selalu menyemangati penulis serta selalu menjaga mental penulis, dan juga kepada teman terdekat saya Puja Khazzanah Putri, Syarifah Nazly Mastura, Putri Mulyani, Nova Zahara dan juga beberapa teman lainnya yang tidak mungkin disebut satu persatu disini.
11. Terimakasih kepada teman-teman *Army*, *Blink* dan *Exo-l* yang telah membantu dan mau meluangkan waktu untuk menjadi narasumber dan sudi kiranya meluangkan waktu dalam melakukan proses wawancara dengan penulis untuk terselesainya skripsi ini.
12. Terakhir penulis juga ingin berterimakasih kepada Kim Nam Joon, Kim Seok Jin, Min Yoon Gi, Jung Ho Soek, Park Ji Min, Kim Tae Hyung dan Jeon Jung Kook karena telah menyemangati penulis melalui lagu-lagu yang kalian ciptakan serta dengan mendengar lagu dan melihat kalianlah penulis dapat terus bisa bersemangat untuk menyelesaikan penelitian ini.



Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih belum sempurna. Hal ini tidak terlepas dari keterbatasan kemampuan dan ilmu pengetahuan yang penulis miliki. Dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran dari semua pembaca sebagai motivasi bagi penulis. Semoga kita selalu mendapat ridha dari Allah SWT. Amin Ya Rabbal'alamin.

Banda Aceh, 25 Juli 2022  
Penulis,

Rizka Amalia



## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SIDANG.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	7
E. Penjelasan Konsep/ Istilah Penelitian .....	8
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>11</b>
A. Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	11
B. Komunikasi Intrapersonal .....	13
C. Negosiasi Diri .....	16
D. <i>K-Pop</i> dan <i>Fandom</i> .....	20
1. Pengertian <i>K-Pop</i> .....	20
2. Pengertian <i>fandom</i> .....	22
E. Manajemen Waktu .....	24
1. Pengertian Manajemen Waktu .....	24
2. Unsur-unsur Manajemen Waktu .....	26
a. <i>Planning</i> (Perencanaan) .....	27
b. <i>Organizing</i> (Pengorganisasian).....	29
c. <i>Actuating</i> (Pelaksanaan).....	30
d. <i>Controlling</i> (Pengawasan).....	31
e. <i>Evaluating</i> (Evaluasi).....	31
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>34</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	34
B. Sumber Data Penelitian.....	34
C. Lokasi Penelitian.....	35
D. Subjek dan Objek Penelitian .....	35
E. Teknik Pengumpulan Data.....	35
1. Observasi.....	36
2. Wawancara.....	36
3. Dokumentasi .....	37

F. Teknik Analisis data.....	37
1. Reduksi Data .....	37
2. Pengujian Data .....	38
3. Penarikan Kesimpulan atau Verifikasi.....	38
<b>BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>39</b>
A. Gambaran tentang <i>fandom Army, Blink dan Exo-l</i> .....	39
1. Gambaran tentang <i>ARMY</i> .....	40
2. Gambaran tentang <i>BLINK</i> .....	41
3. Gambaran tentang <i>EXO-L</i> .....	42
B. Negosiasi Diri Penggemar <i>K-Pop fandom Army, Blink dan Exo-l</i> dalam Memanajemen waktu .....	42
1. Negosiasi diri <i>fandom ARMY</i> .....	44
2. Negosiasi diri <i>fandom BLINK</i> .....	47
3. Negosiasi diri <i>fandom EXO-L</i> .....	50
C. Kendala yang dialami Penggemar <i>K-Pop fandom Army, Blink dan</i> <i>Exo-l</i> dalam Melakukan Negosiasi Diri .....	51
1. Kendala yang dialami Penggemar <i>K-Pop</i> dalam Menegosiasikan diri <i>fandom Army</i> .....	51
2. Kendala yang dialami Penggemar <i>K-pop</i> dalam Menegosiasikan diri <i>fandom Blink</i> .....	54
3. Kendala yang dialami Penggemar <i>K-Pop</i> dalam Menegosiasikan diri <i>fandom Exo-l</i> .....	57
D. Pembahasan.....	59
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>63</b>
A. Simpulan .....	63
B. Saran.....	64
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>66</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	<i>Merchendes BTS fandom Army</i> .....	70
Gambar 1.2	<i>BT21 Merch BTS</i> .....	70
Gambar 1.3	<i>BT21 Merch BTS</i> .....	70
Gambar 1.4	Poster <i>BTS</i> .....	71
Gambar 1.5	<i>Merchensdes BTS</i> .....	71
Gambar 1.6	<i>Fandom Army Menonton Live BTS</i> .....	71
Gambar 1.7	Foto pada saat melakukan wawancara dengan <i>fandom Army</i> ...	72
Gambar 1.8	Foto pada saat melakukan wawancara dengan <i>fandom Army</i> ...	72
Gambar 2.1	<i>Fandom Exo-l merayakan KAI ulang tahun</i> .....	73
Gambar 2.2	Boneka dan <i>Merch Xiumin EXO</i> .....	73
Gambar 2.3	Playlist lagu <i>EXO fandom EXO-L</i> .....	74
Gambar 2.4	Foto pada saat wawancara dengan <i>fandom EXO-L</i> .....	74
Gambar 2.5	Foto pada saat wawancara dengan <i>fandom EXO-L</i> .....	74
Gambar 3.1	<i>Cardigan</i> yang mirip dengan <i>cardigan Lisa Blackpink</i> .....	75
Gambar 3.2	<i>Hoodie</i> yang mirip dengan <i>Hoodie Rose Blackpink</i> .....	75
Gambar 3.3	Foto pada saat wawancara dengan <i>fandom Blink</i> .....	76
Gambar 3.4	Foto pada saat wawancara dengan <i>fandom Blink</i> .....	76
Gambar 4.1	Logo resmi <i>BTS dan fandom Army</i> .....	39
Gambar 4.2	Logo resmi <i>Blackpink dan fandom Blink</i> .....	40
Gambar 4.3	Logo resmi <i>EXO dan EXO-L</i> .....	41

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Korea Selatan dikenal sebagai negara yang mengandalkan teknologi informasi dalam memperkenalkan budaya ke manca negara. Istilah *Korean Wave* tidak asing terdengar ditelinga masyarakat Indonesia. *Korean Wave* mulai dikenal di Indonesia setelah merebaknya drama Korea, musik dan *fashion* Korea dikalangan masyarakat, atau disebut dengan *Korean Style*. *Hallyu/Korean Wave* sebagai budaya populer di dunia telah dikonsumsi khalayak luas. Munculnya berbagai *website* dan media sosial tentang Korea Selatan telah menarik perhatian banyak penggemar di seluruh dunia (*Korean Culture and Information Service*).<sup>1</sup>

Industri musik Korea Selatan saat ini sangat berkembang pesat dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Industri musik ini telah melahirkan penyanyi dan grup musik terkenal setiap tahunnya, baik itu laki-laki maupun perempuan. Setiap musik yang telah diproduksi di *blow-up* oleh perusahaan rekaman, yakni tempat grup musik lahir atau debut. Perusahaan rekaman atau biasanya lebih dikenal dengan agensi *mem-blow up* melalui media di internet. Musik yang telah diproduksi lalu didistribusikan ke manca negara salah satunya Indonesia, dan mulai menarik perhatian masyarakat sehingga banyak menimbulkan reaksi.

Media Internet yang digunakan oleh perusahaan rekaman salah satunya adalah Youtube. Youtube memiliki peran penting dalam mempromosikan musik

---

<sup>1</sup>Ida Riaeni, dkk., *Pengaruh Budaya Korea (K-Pop) Terhadap Remaja di Kota Cirebon*, Jurnal Komunikasi Vol.1 (Januari 2019), hlm.6.

yang telah diproduksi. Penerimaan masyarakat terhadap musik tersebut muncullah sekelompok penggemar yang kemudian disebut dengan istilah *K-Popers*. Penggemar inilah yang kemudian paling banyak mempengaruhi penjualan album dari penyanyi atau grup musik. Penggemar ini juga bisa mempengaruhi tingkat pencapaian lagu di tangga lagu musik nasional Korea, maupun internasional. Pengidolaan kepada artis tidak terlepas dari anak remaja hingga dewasa, sebagaimana ungkap Biran dan Prawasti, bahwa banyak dari kalangan remaja hingga dewasa mengumpulkan segala sesuatu yang berhubungan dengan tokoh idola yang mereka sukai, hal ini dianggap bukan hal yang biasa.<sup>2</sup>

Pada dasarnya penggemar terdiri dua tipe, yaitu individu yang terobsesi dengan tampilan selebriti (biasanya laki-laki), dan kerumunan histeris) yang meneriaki selebriti (biasanya perempuan).<sup>3</sup> Berdasarkan dari jenis kelamin perempuan lebih meminati budaya Korea dibandingkan laki-laki, namun bukan berarti tidak ada penggemar laki-laki. Penggemar laki-laki belum berani untuk menunjukkan dirinya sebagai *fandom* dan disebut juga dengan *fanboy*.

Masyarakat yang telah menyukai budaya *K-Pop* kemudian membentuk komunitas. Komunitas tersebut adalah sekelompok orang yang memiliki kesamaan terhadap grup *K-Pop*. Setiap grup *K-Pop* memiliki *fandom*-nya masing-masing, serta mempunyai nama sendiri untuk *fandom*-nya. Adapun *fandom* yang paling banyak saat ini adalah *fandom BTS*, *Blackpink* dan *EXO*. Ketiga grup *K-Pop* tersebut merupakan *K-Pop* yang paling populer saat ini, dan memiliki jumlah

---

<sup>2</sup> Rengganis Lenggogeni Biran, & C. Yeti Prawasti, *Hubungan Romantic Attachment Dan Perilaku Parasosial Pada Wanita Dewasa Muda*, Jurnal Psikologi Sosial, Vol. 1: 1 (Juli 2004), hlm.4

<sup>3</sup>John Storey, *Cultural Studies dan Kajian Budaya Pop*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2007), hlm. 157.

*fans* yang sangat banyak. *Fandom BTS* disebut dengan *ARMY (Adorable Respresentatie M.C for Youth)*. Sedangkan *fandom Blackpink* dikenal dengan sebutan *BLINK*, penamaan *Blink* diambil dari kata *Blackpink* sendiri yaitu B, L, I, N, K.<sup>4</sup> Adapun penggemar *EXO* disebut dengan *Exo-l*, huruf L memiliki makna *love*, jika diterjemahkan kedalam bahasa Indonesia memiliki makna cinta.

Perkembangan zaman yang ditandai dengan fenomena *K-Pop*, maka banyaknya pemuda Indonesia yang menggemari hal tersebut dan beberapa diantaranya beragama Islam. Setiap umat muslim memiliki kewajiban untuk melaksanakan segala perintah yang telah ditetapkan dalam agama Islam. Penggemar yang beragama Islam harus menegosiasikan dirinya dengan benar sebagai *fandom*, agar kedua hal tersebut dapat berjalan seimbang.

Negosiasi merupakan suatu langkah yang digunakan oleh seseorang untuk mencapai sebuah kesepakatan, agar tidak ada pihak yang dirugikan. Proses negosiasi ini juga dapat diterapkan pada diri sendiri, yaitu seseorang dapat menegosiasikan dirinya. Dengan bernegosiasi seseorang lebih dapat mengontrol emosi dan logikanya. Seseorang yang dapat menegosiasikan dirinya, maka dapat mengontrol diri terhadap hal-hal yang membuat dirinya emosional. Oleh karena itu seseorang dapat mengambil sebuah keputusan yang didasarkan dengan logika yang sehat.

Pada penelitian ini penulis ingin melihat seberapa besar penggemar *K-Pop fandom army, blink* dan *exo-l* yang beragama Islam dapat menegosiasikan dirinya

---

<sup>4</sup>Alif Rachmanda Ariyanto, *10 Istilah Fandom Blank Pink, Fans Sejati wajib tahu hal ini*, 8 Oktober 2021, <https://pedomantangerang.pikiran-rakyat.com/selebritas/pr-072757656/10-istilah-khusus-untuk-fandom-blackpink-fans-sejati-wajib-tau-hal-ini#>. (Diakses pada tanggal 19 Februari 2022).

terhadap pengidolaan *K-Pop*, dan bagaimana cara memposisikan dirinya terhadap kefanatikannya dalam manajemen waktu untuk melakukan ibadah. Salah satunya pada saat melaksanakan kewajiban sebagai umat muslim, misalnya salat, menuntut ilmu, patuh terhadap orang tua dan lain-lain. Sebagai umat muslim wajib melaksanakan segala kewajiban yang telah diperintahkan Allah SWT.

Dalam agama Islam menghibur diri tidak dilarang, penggemar beranggapan bahwa mengidolakan *K-Pop* dilakukan untuk menghibur diri. Dalam agama Islam tokoh yang harus diidolakan adalah Nabi Muhammad Saw.

Allah SWT. Berfirman dalam Al-Qur'an surah Muhammad ayat 36:

انما خيطة وادنيا لعب و لهو و انتؤمنون و تتقون يؤتكم اخوركم و لايسءلكم اموالكم

*Artinya: Sesungguhnya kehidupan dunia hanya permainan dan senda gurau, jika kamu beriman serta bertaqwa Allah akan memberikan pahala kepadamu dan tidak akan meminta hartamu.*<sup>5</sup>

Dalam ceramah singkat ustadz Dr. Syafiq Riza Basalamah, beliau mengatakan:

*“Apapun hiburan yang Anda lakukan tidak menjadi persoalan, asalkan tetap mengikuti aturan-aturan yang dianjurkan dalam Islam. hiburan itu hanya sarana bukan tujuan. Sarana untuk mewujudkan adanya keselarasan dari roh manusia, kebutuhan akal hingga kebutuhan fisik manusia. Jika hiburan sudah menjadi tujuan hidup, maka bisa keluar jadi yang mubah menjadi makruh. Apalagi jika hal tersebut membuatnya lupa dari mengingat Allah SWT.”*<sup>6</sup>

Dalam agama Islam Allah SWT. Tidak melarang manusia untuk melakukan hiburan. Hiburan dalam Islam yang boleh dilakukan oleh manusia

<sup>5</sup> Kementerian Agama al-Quran terjemahan dan tajwid (PT:creatif media crop), hlm.502.

<sup>6</sup> Fifiyanti abdurahman, *Dalam Islam Cari Hiburan diperbolehkan tetapi ada aturannya*, 23 Mei 2022, <https://langit7.id/read/16381/1/dalam-islam-cari-hiburan-diperbolehkan-tapi-ada-aturannya-1653307536>, (Diakses pada tanggal 24 Juli 2022).



adalah hiburan yang berkaitan dengan agama Islam. Contohnya berzikir, bersalawat kepada Rasulullah Saw.

Dalam ceramah singkat Buya Yahya beliau mengatakan:

*“Bahwa dalam Islam dijelaskan mengidolakan seseorang boleh , bahkan alangkah baiknya yang diidolakan tersebut adalah orang yang beramal shaleh dan taat terhadap agamanya”.*<sup>7</sup>

Rasullullah Saw. Bersabda:

انت مع من احببت

*Artinya: “Engkau akan bersama dengan orang yang engkau cintai”.*  
(HR. Bukhari).

Dalam riwayat lain. Rasulullah Saw. Besabda:

لا يجب احد قوما الاحشر معهم يوم

*Artinya : “Tidaklah seseorang mencintai suatu kaum melainkan dia akan dikumpulkan bersama mereka pada hari kiamat nanti”*(HR.Tabhrani).<sup>8</sup>

Dalam hadist tersebut dijelaskan bahwa seseorang akan dikumpulkan dengan orang yang ia cintai. Sebagai umat Nabi Muhammad Saw. Umat muslim harus mencintai dan taat kepada Allah SWT. Supaya di akhirat kelak dapat berkumpul bersama Nabi Muhammad Saw. Sebagai umat muslim jangan sampai salah dalam memilih seseorang untuk menjadi panutan. Sebagai umat muslim maka harus mengidolakan orang-orang yang saleh dalam beragama.

Mengidolakan seorang *K-Pop* adalah hal yang bertentangan dengan agama Islam, dan tidak bisa berjalan berdampingan dengan agama Islam. Oleh karena faktor tersebut penulis memilih judul *“Negosiasi diri penggemar K-Pop fandom*

<sup>7</sup> Ceramah singkat Buya Yahya dalam Yoube Channel Al-Bajjah Tv. *“Seorang Muslim Mengidolakan K-Pop Haramkah?”*, Pada tanggal 3 Oktober 2021

<sup>8</sup> HR. Thobroni dalam Ash Shogir dan Al Awsath. Perowinya adalah perowi yang shahih kecuali Muhammad bin Maimun Al Khiyath, namun ia ditsiqohkan. Lihat Majma' Az Zawaid no. 18021.

*Army, Blink dan Exo-l dalam Memanajemen Waktu (Studi Pada Mahasiswa Angkatan 2018 di Darussalam Banda Aceh)*". Karena penulis ingin mengetahui negosiasi diri penggemar *K-Pop* pada *fandom Army, Blink dan Exo-l* dapat mempengaruhi seseorang dalam mengatur waktu ibadah pada setiap mahasiswa angkatan 2018 di Darussalam Banda Aceh. Serta kendala apa saja yang dialami oleh *fandom army, blink dan exo-l* dalam menegosiasikan diri sebagai penggemar *K-Pop* yang beragama Islam.

## **B. Rumusan Masalah**

Anak muda zaman sekarang terkesan tidak bisa terlepas dari budaya *K-Pop*. Banyak diantara mereka yang sangat memprioritaskan kegemaran dibanding kewajibannya, sehingga mereka sering melalaikan kewajiban yang seharusnya dilakukan. Salah satunya menunda salat dan tidak disiplin dalam melakukan kewajiban sebagai pelajar karena penggemar terlalu banyak menghabiskan waktu untuk menonton konten-konten idolanya. Oleh sebab itu banyak penggemar yang tidak bisa memanajemen waktunya dengan baik. Setiap grup *K-Pop* di Korea Selatan mempunyai *fandom* masing-masing serta memiliki nama panggilan untuk *fandom*-nya. Adapun *fandom* yang dibahas dalam penelitian ini adalah *fandom Army, Blink dan Exo-l*. *Army* adalah nama *fandom* untuk *boygroup BTS*, *Blink* adalah nama *fandom* untuk *girlgroup Blankpink* dan *Exo-l* adalah nama *fandom* untuk *boygroup EXO*.

Adapun pokok permasalahan yang akan dibahas pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana negosiasi diri penggemar *K-Pop fandom Army, Blink* dan *Exo-l* dalam mememanajemenkan waktu (studi pada mahasiswa angkatan 2018 di Darusslam Banda Aceh).
2. Kendala apa saja yang dialami pengemar *K-Pop fandom Army, Blink*, dan *Exo-l* dalam melakukan negosiasi diri.

### **C. Tujuan Penelitian**

Sebagai umat muslim tentu harus mempunyai tujuan hidup yang jelas. Hiburan merupakan kegiatan yang dilakukan seseorang untuk mengjernihkan pikiran dari hal-hal yang membuat tertekan. Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana negosiasi diri penggemar *K-Pop fandom Army, Blink* dan *Exo-l* dalam mememanajemenkan waktu (studi pada mahasiswa angkatan 2018 di Darusslam Banda Aceh).
2. Untuk mengetahui kendala apa saja yang dialami pengemar *K-Pop fandom Army, Blink*, dan *Exo-l* dalam melakukan negosiasi diri.

### **D. Manfaat Penelitian**

Dalam agama Islam hiburan yang boleh dilakukan adalah hiburan yang memiliki manfaat bukan kesenangan semata. Dalam Islam dianjurkan menghabiskan waktu untuk melakukan hal-hal yang bermanfaat sehingga waktu

yang dipergunakan tidak terbuang sia-sia. Adapun manfaat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### 1. Manfaat Teoritis

- a. Memberikan gambaran mengenai suatu peristiwa umum yang biasa terjadi di masyarakat sebagai referensi dalam penelitian kedepannya dari aspek komunikasi, sosial, dan agama.
- b. Memperkaya pengetahuan dan memperluas wawasan tentang perkembangan komunikasi dan sosial dalam masyarakat.

#### 2. Manfaat Praktis

##### a. Untuk penulis

Dengan dilakukannya penelitian ini, peneliti berharap hasil dari penelitian memberikan penjelasan mengenai negosiasi diri penggemar *K-Pop* pada *fandom Army, Blink* dan *Exo-1* dalam memanajemenkan waktu (studi pada mahasiswa angkatan 2018 di Darusslam Banda Aceh).

##### b. Untuk pembaca

Penelitian ini bisa memberikan informasi tertulis ataupun sebagai referensi studi tentang pembahasan mengenai negosiasi diri, dan memanajemen waktu.

### **E. Penjelasan Konsep/ Istilah Penelitian**

Berdasarkan judul penelitian tentang “Negosiasi Diri Penggemar *K-Pop* pada *Fandom Army, Blink* dan *Exo-1* (studi pada mahasiswa angkatan 2018 di Darusslam Banda Aceh), maka dijelaskan maknanya seperti berikut:

## 1. Negosiasi diri

Menurut kamus Oxford, negosiasi adalah suatu cara untuk mencapai suatu kesepakatan melalui diskusi formal. Yang dimaksud dengan negosiasi diri adalah memberi kesempatan kepada diri sendiri untuk berlaku adil, bijak dan selalu peduli serta mencintai diri sendiri, sehingga pada saat mengambil keputusan terhadap diri tidak berdasar kepada emosi semata tetapi berdasarkan pertimbangan hati dan pikiran secara seksama.<sup>9</sup>

## 2. *K-Pop (Korean Pop)*

*Korean Pop* atau yang lebih dikenal *K-Pop* adalah genre musik populer yang berasal dari Korea Selatan. Lagu-lagu *K-Pop* banyak dipengaruhi oleh genre musik seperti *hip-hop*, *elektronik dance*, *Jazz* dan *Rock*. *K-Pop* biasanya dibawakan oleh grup musik *K-Pop* yang beranggotakan 4 sampai dengan 21 orang. Anggota grup *K-Pop* disebut dengan istilah *idol* atau *K-Pop Idol*.<sup>10</sup> Banyak artis dan kelompok musik pop korea sudah menembus batas dalam negeri dan populer di mancanegara. Kegandrungan akan musik *K-Pop* merupakan bagian yang tak terpisahkan dari demam Korea di berbagai negara.

---

<sup>9</sup> Sigit Eka Pribadi, *Inilah 5 Cara Bernegosiasi Pada Diri Sendiri*, Minggu 3 Januari 2021, <https://www.kompasiana.com/sigit19781986/5ff1bc578ede4807ff372a92/inilah-5-cara-bernegosiasi-pada-diri-sendiri>. (Diakses pada tanggal 17 April 2022).

<sup>10</sup> Anggaraini, *Mengenal Lebih dalam apa itu K-Pop dan Istilah yang Sering digunakan*, Selasa 14 September 2021, <https://www.bernas.id/81809-apa-itu-kpop>. (Diakses pada tanggal, 29 November 2021).

### 3. *Fandom*

*Fandom* adalah kata yang berasal dari bahasa Inggris yang jika diterjemahkan berarti kepenggemaran. *Fandom* adalah subkultur yang terdiri dari sekelompok penggemar yang ditandai oleh perasaan pribadi dan rasa empati dan persahabatan terhadap orang lain yang memiliki minat yang sama.<sup>11</sup>

### 4. Manajemen Waktu

Manajemen waktu adalah tindakan dan proses perencanaan dan pelaksanaan kontrol sadar atas sejumlah waktu yang akan digunakan untuk aktivitas tertentu, khususnya untuk meningkatkan efektivitas, efisiensi, dan produktivitas. Manajemen waktu membutuhkan sejumlah skill, alat, dan teknik yang digunakan dalam mengelola waktu untuk menyelesaikan suatu tugas atau proyek dengan jangka waktu yang sudah ditentukan.<sup>12</sup>

---

<sup>11</sup> Wikipedia, *kepengemaran*. (Diakses pada tanggal 19 Februari 2022).

<sup>12</sup> Anntonius Athosoki Gea, "Time Management: Menggunakan Waktu Secara Efektif dan Efesiens". (Jakarta: 2014), Jurnal Humaniora Vol.5, No.2, hlm.778.

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Adapun penelitian yang relevan dengan penelitian ini adalah penelitian Abdul Wazib pada Universitas Sunan Kalijaga Yogyakarta dengan judul *“Globalisasi Budaya Media dan Identitas: Muslimah K-Pop, Kesalehan Beragama dan praktik Budaya Populer”* hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *K-Pop* bagi muslimah muda merupakan rangsangan stimulus atau optimisme hidup yang secara tidak langsung berguna bagi mereka sebagai referensi kehidupan yang baik. Perosalan antara kesalehan beragama dan praktik budaya populer, pada dasarnya muslimah muda ini menerangkan bahwasanya hubungan antara ketaatan beragama dan ketertarikan terhadap *K-pop* tersedia sebagai pilihan, dibanding hal yang hanya bisa dipilih salah satu saja. Dengan sudut pandang ini mereka juga turut menginterpretasi Islam pada sampai batas-batas di mana mereka dapat mematuhi kerangka agama secara normatif dan disaat yang tetap berpartisipasi dalam budaya *K-pop*. Pada akhirnya, usaha untuk menegosiasikan antara aturan agama dan budaya *K-pop* berfungsi secara strategis untuk memposisikan mereka secara aman dan nyaman dalam dunia keagamaan dan tren budaya populer global.<sup>13</sup>

Jurnal Penelitian oleh Rastia Camang pada Institut Agama Islam Negeri Parepare dengan judul *“Kontrol Diri Penggemar K-Pop dikalangan Mahasiswa*

---

<sup>13</sup>Abdul Wazib, Tesis, *“Globalisasi Budaya Media dan Identitas: Muslimah K-Pop, Kesalehan Beragama dan praktik Budaya Populer”*, (Yogyakarta: Universitas Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2020), hlm. 153.

*Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah IAIN Parepare*”, hasil penelitian menunjukkan bahwa gambaran kontrol diri mahasiswa penggemar *K-Pop* terbagi dalam tiga aspek kontrol diri, yaitu kontrol diri terhadap perilaku (*behavioral*), kontrol diri terhadap pikiran (*kognitif*) dan kontrol diri terhadap pengambilan keputusan (*decisional*). Kemudian hasil penelitian selanjutnya ada dua tahap yang dilakukan pada mahasiswa fakultas adab, ushuluddin dan dakwah IAN Parepare dalam mengontrol diri yaitu menanamkan pemahaman mengenai kontrol diri yang baik kemudian melakukan pelatihan dan pembiasaan dalam mengontrol diri.<sup>14</sup>

Jurnal pendidikan agama Islam oleh Afaf Zakiyah dan kawan-kawan dengan judul penelitian “*Fenomena Pergeseran Nilai–Nilai Religius Mahasiswa PAI UIN Malang Akibat Korean Wave (K-Pop Dan K-Drama)*”, hasil penelitian menunjukkan bahwa subjek mengalami gejala penurunan religiusitas, diantaranya intensitas mengkaji agama teralihkan dengan intensitas menikmati konten Korea. Menunda salat karena menonton konser idola dan K-Drama, lebih mendalami sejarah idola atau kebudayaan Korea dibanding dengan ilmu Tarikh Islam, lebih menghafal lagu-lagu Korea daripada lagu-lagu Islami, dan juga lebih tertarik belajar bahasa Korea dibanding bahasa Arab. Fenomena yang terjadi merupakan tantangan bagi dunia pendidikan Islam.<sup>15</sup>

Dari ketiga penelitian di atas memiliki beberapa persamaan dengan penelitian ini, yakni pada penelitian pertama dan ketiga persamaannya adalah bagaimana seorang penggemar *K-Pop* yang beragama Islam dapat menyesuaikan

---

<sup>14</sup> Rastia Camang, Skripsi, “*Fenomena Pergeseran Nilai–Nilai Religius Mahasiswa Pai Uin Malang Akibat Korean Wave (K-Pop Dan K-Drama)*”, (Parepare: IAIN Parepare, 2021). hlm. 36.

<sup>15</sup> Afaf Zakitah, dkk, “*Fenomena Pergeseran Nilai–Nilai Religius Mahasiswa PAI UIN Malang Akibat Korean Wave (K-Pop Dan K-Drama)*”, (Malang: UIN Malang, 2020).



kegemarannya dengan aturan-aturan dalam agama Islam. Sedangkan pada penelitian kedua persamaannya adalah bagaimana cara seorang penggemar *K-Pop* bisa mengontrol diri dalam melakukan hal tersebut. Adapun yang menjadi perbedaan dengan penelitian ini adalah, pada penelitian ini penulis ingin mengetahui seberapa besar penggemar *K-Pop* pada *fandom Army, Blink* dan *Exo-l* dapat menegosiasikan dirinya dalam manajemen waktu, terutama waktu dalam beribadah dan melakukan kewajiban sebagai seorang pelajar sehingga dapat menjadi sebuah acuan, apakah dengan menjadi seorang penggemar *K-Pop* dapat mempengaruhi kehidupan seseorang dalam mengatur waktu.

## **B. Komunikasi Intrapersonal**

Komunikasi Intrapersonal berasal dari 3 kata yaitu Komunikasi, Intra dan Personal atau pribadi. Komunikasi adalah suatu proses pertukaran informasi diantara individu melalui sistem lambang-lambang, tanda-tanda, atau tingkah laku.<sup>16</sup> Intra menurut KKBI diartikan dengan “bentuk terikat di dalam atau bagian dalam”<sup>17</sup>. Sedangkan Personal diartikan sebagai “bersifat pribadi atau perseorangan”<sup>18</sup>. Menurut Blake dan Harodlsen, komunikasi intrapribadi atau juga dikenal dengan istilah komunikasi intrapersonal adalah peristiwa komunikasi yang terjadi dalam diri pribadi seseorang. Bagaimana setiap orang mengomunikasikan dirinya atau berbicara pada diri sendiri. Hal ini dikarenakan setiap orang dapat menjadi objek bagi dirinya sendiri melalui penggunaan simbol-simbol yang digunakan dalam proses komunikasi. Melalui simbol-simbol ini, apa

---

<sup>16</sup> Harjani Hefni, “*Komunikasi Islam*”, (Jakarta; Prenadamedia Group, 2017), hlm. 2

<sup>17</sup> Departemen Pendidikan Nasional, “*Kamus Besar Bahasa Indonesia*”, Edisi Ketiga, (Jakarta; Balai Pustaka, 2007), hlm. 440

<sup>18</sup> Harjani Hefni, “*Komunikasi Islam*”.....,hlm. 863.

yang dikatakan seseorang kepada orang lain dapat memiliki arti yang sama bagi dirinya sendiri sebagaimana berarti untuk orang lain.

Hafied Cangara mendefinisikan komunikasi intrapersonal sebagai proses komunikasi yang terjadi di dalam diri individu, atau dengan kata lain proses berkomunikasi dengan diri sendiri. Proses terjadi komunikasi disini karena adanya seseorang yang memberi arti terhadap suatu objek yang diamati atau terbesik dalam pikirannya. Objek dalam hal ini bisa dalam bentuk benda, kejadian alam, peristiwa, pengalaman, fakta yang mengandung arti bagi manusia, baik yang terjadi di luar maupun di dalam diri seseorang.

Dalam proses pengambilan keputusan, sering kali seseorang dihadapkan pada pilihan ya atau tidak. Keadaan seperti ini membawa seseorang pada situasi berkomunikasi dengan diri sendiri, terutama dalam mempertimbangkan untung ruginya suatu keputusan yang akan diambil. Cara ini hanya bisa dilakukan dengan metode komunikasi Intrapersonal (*Intrapersonal Communication* atau komunikasi dengan diri sendiri). Armawati Arbi memahami Komunikasi Intrapersonal (intrapribadi) sebagai kemampuan seseorang berdialog dan berperan sebagai saya dan aku dalam mengatur perencanaan melalui kecerdasan IQ, mempersiapkan penataan melalui kecerdasan RQ/*spiritual quotient/SQ*, melaksanakan penerapannya melalui kecerdasan *nafs quotient/ Nafs Q*, dan mengevaluasi perencanaan melalui kecerdasan EQ.<sup>19</sup>

---

<sup>19</sup> Armawati Arbi, "*Komunikasi Intrapribadi Integrasi Komunikasi Spiritual, Komunikasi Islam, dan Komunikasi Lingkungan*", (Jakarta; Prenadamedia Group, 2019) hlm. 3

Upaya untuk mendefinisikan komunikasi intrapersonal telah dilakukan oleh para ahli. Berikut adalah beberapa pengertian komunikasi intrapersonal yang dikemukakan oleh ahli, yaitu:

1. Jalaludin Rakhmat (2001) menyatakan bahwa jika dilihat dari segi psikologi komunikasi maka yang dimaksud dengan komunikasi intrapersonal adalah proses pengolahan informasi yang meliputi sensasi, persepsi, memori, dan berpikir.
2. Armawati Arbi (2012) berpendapat bahwa komunikasi intrapersonal merupakan akar dari komunikasi Islam atau komunikasi fitrah terkait dengan peran komunikasi keluarga dalam menciptakan komunikasi fitrah guna membangun keluarga yang sakinah sesuai dengan ajaran Islam. Terkait dengan hal ini, orang tua berperan menanamkan nilai-nilai ajaran Islam kepada anak-anaknya melalui komunikasi dakwah dalam keluarga. Komunikasi intrapersonal terjadi manakala dakwah menjadi sebuah panggilan kepada diri sendiri untuk menjalankan ajaran Islam sesuai dengan Al-Quran dan Al Hadits.
3. Judy Pearson dan Paul Nelson (2011) mendefinisikan komunikasi intrapersonal sebagai proses menggunakan pesan untuk menghasilkan makna di dalam diri.
4. Ronald B. Adler dan George Rodman (2006) mendefinisikan komunikasi intrapersonal sebagai komunikasi dengan diri sendiri.
5. *Dictionary of Mass Communication* dan *Media Research* mendefinisikan komunikasi intrapersonal sebagai komunikasi yang terjadi dalam diri

seseorang. Dalam hal ini, pengirim pesan dan penerima pesan adalah orang yang sama.

6. Charles V. Roberts (1983) mendefinisikan komunikasi intrapersonal sebagai semua penguraian, pemosresan, penyimpanan, dan pengodean pesan fisiologis dan psikologis yang muncul di dalam individu pada tingkat sadar dan tidak sadar kapanpun mereka berkomunikasi dengan dirinya sendiri atau orang lain untuk tujuan mendefinisikan, mempertahankan, dan mengembangkan masalah sosial, psikologis atau diri fisik.

Jalaludin Rahmat dalam bukunya *Psikologi Komunikasi* mengatakan bahwa ada empat ciri-ciri pendekatan psikologi pada komunikasi yang efektif, yaitu:

- a. Penerimaan stimuli secara indrawi, dimana psikologi melihat komunikasi bermula dari panca indera kita (mata, telinga, hidung, lidah, dan kulit) yang diterpa melalui rangsangan/stimuli berupa data. Stimuli bisa berbentuk orang, pesan, suara, gambar, warna, dan sebagainya, segala sesuatu yang mempengaruhi kita.
- b. Proses yang mengatarai stimuli dan respon, stimuli kemudian diolah dalam jiwa kita, sehingga kita hanya dapat mengambil kesimpulan tentang proses yang terjadi dari respon yang tampak. Misalnya kita mengetahui bahwa ia tersenyum, tepuk tangan, dan meloncat-loncat, pasti ia dalam keadaan gembira.
- c. Prediksi respon, psikologi komunikasi juga melihat bagaimana respon yang terjadi pada masa lalu dapat meramalkan respon yang akan

datang. Kita harus mengetahui sejarah respon sebelum meramalkan respons individu masa akan datang.

- d. Peneguhan respons, peneguhan adalah respons lingkungan (atau orang lain pada respons organisme yang asli). Ahli lain menyebutnya feedback atau umpan balik.<sup>20</sup>

Komunikasi intrapersonal yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu cara seseorang berkomunikasi dengan dirinya yang meliputi ide, pemikiran serta pengalaman dan peristiwa yang terjadi disekitar dirinya. Untuk melakukan negosiasi diri maka diperlukan komunikasi intrapersonal untuk memahami segala peristiwa-peristiwa yang terjadi disekitar diri seseorang. Tujuannya adalah untuk mengambil sebuah keputusan terhadap dirinya sendiri. Maka oleh karena demikian negosiasi diri adalah sebuah konsep yang membutuhkan komunikasi intrapersonal dan tidak bisa dipisahkan.

### C. Negosiasi Diri

Istilah negosiasi berasal bahasa Inggris "*negotiation*", dalam pengertian secara umum negosiasi adalah proses tawar-menawar dengan cara berunding untuk mencapai kesepakatan. Menurut kamus Oxford, negosiasi adalah suatu cara untuk mencapai suatu kesepakatan melalui diskusi formal. Menurut KBBI negosiasi adalah proses tawar-menawar dengan jalan berunding untuk mencapai kesepakatan antara satu pihak dengan pihak lain.<sup>21</sup>

<sup>20</sup> Riswandi, *Psikologi Komunikasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), hlm.9

<sup>21</sup> Fauzan Nugroho, "*Pengertian Negosiasi Tahapan dan Manfaatnya*", 06 Januari 2021, <https://www.bola.com/ragam/read/4450557/pengertian-negosiasi-tahapan-faktor-utama-tujuan-dan-manfaatnya-yang-perlu-diketahui>, (Diakses pada tanggal 24 Mei 2022).

Negosiasi diri adalah memberi kesempatan kepada diri sendiri untuk berlaku adil, bijak dan selalu peduli serta mencintai diri sendiri sehingga pada saat mengambil keputusan terhadap diri tidak berdasar kepada emosi semata, tetapi berdasar pertimbangan hati dan pikiran secara seksama.<sup>22</sup>

Negosiasi diri merupakan pertimbangan yang dilakukan oleh seseorang dalam mengambil keputusan terhadap dirinya sendiri berdasar peristiwa dan pengalaman yang dialami oleh diri sendiri, tidak dalam keadaan tertekan ataupun dipaksa oleh pihak lain, tetapi berdasar pada logika yang sehat serta dengan mempertimbang manfaat kedepan untuk diri sendiri. Negosiasi diri sangat penting untuk diterapkan pada diri seseorang, karena dengan adanya negosiasi diri seseorang dapat berkompromi dengan dirinya terhadap hal-hal yang mengganggu pikiran sehingga tidak salah dalam mengambil keputusan baik hal kecil ataupun hal besar.

Dengan adanya konsep negosiasi diri seseorang lebih dapat mengenali dirinya, dan tidak bertindak sesuai dengan emosi semata, tetapi segala tindakan yang diambil mengenai diri sendiri selalu dipertimbangkan dengan matang dan bijak. Fungsi dari negosiasi diri adalah supaya tidak menyesal setelah mengambil keputusan terhadap dirinya. Adapun tahapan yang dilakukan untuk bernegosiasi dengan diri sendiri adalah:

1. Berbicara pada diri sendiri (*Self Talk*)

Berbicara dengan diri sendiri sangat perlu untuk dilakukan, karena setiap orang harus dapat memahami diri sendiri dengan baik. Berbicara dengan

---

<sup>22</sup> Sigit Eka Pribadi, *Inilah 5 Cara Bernegosiasi Pada Diri Sendiri*, Minggu 3 Januari 2021, <https://www.kompasiana.com/sigit19781986/5ff1bc578ede4807ff372a92/inilah-5-cara-bernegosiasi-pada-diri-sendiri>. (Diakses pada tanggal 17 April 2022).

diri sendiri yaitu memberi semangat dan motivasi kepada diri, sehingga terbentuk karakter yang dapat menguatkan dan menyakinkan diri. Dengan demikian maka seseorang akan menyadari bahwa sebenarnya orang tersebut mampu berbuat yang terbaik karena setiap manusia yang lahir memiliki potensi dan bakat masing-masing.

## 2. Memperbaiki diri sendiri (*Self Awareness*)

Memperbaiki diri sendiri adalah tahapan yang penting untuk dilakukan dalam bernegosiasi diri. Di mana pada tahapan ini seseorang harus dapat membedakan yang mana kesalahan diri dan kemauan diri, karena setiap orang memiliki idealisme hidup masing-masing sehingga banyak orang yang tidak dapat membedakan kesalahan dengan idealisme hidup mereka sendiri. Disinilah perlunya negosiasi diri untuk mengimbangi dan mengontrol diri agar seseorang tahu bahwa idealisme hidup yang telah dijalani bukanlah harga mati.

## 3. Memberi perhatian pada diri sendiri (*Self Care*)

*Self care* adalah tindakan yang dilakukan untuk lebih memperhatikan kesehatan jasmani dan rohani. Misalnya pada saat melakukan aktivitas tentu setiap orang tahu batas kemampuan dan daya tahan fisiknya, sehingga pada saat tubuh sudah merasa lelah, maka harus berhenti dan beristirahat. Bukan hanya tubuh saja yang perlu istirahat, tetapi otak manusia juga membutuhkan istirahat. Jangan terlalu memaksakan untuk berpikir terlalu keras karena setiap manusia mempunyai kapasitasnya masing-masing. Disinilah letak negosiasi diri bahwa setiap manusia harus beristirahat karena manusia bukanlah mesin.

#### 4. Membangun rasa percaya diri (*Self Confident*)

Setiap orang umumnya terlalu sering menghakimi diri atas ketidakmampuan bakat dan potensi diri, atau merasa terbatas, sehingga terkurung dalam pikiran-pikiran yang buruk dan minor atas diri sendiri. Setiap bakat dan potensi pasti ada dalam diri manusia, dan hanya perlu bagaimana untuk menemukan dan menggali potesnsi tersebut. Inilah yang harus dinegosiasikan pada diri sendiri dan percaya bahwa dirinya mampu menggali bakat dan potensi tersebut, serta yakin bahwa mampu membuat yang terbaik karena setiap manusia pasti memiliki bakat dan potensi dalam dirinya masing-masing.

#### 5. Mengonsistenkan diri pada visi dan misi (*Self Content*)

Konsistensi diri adalah bersikap tetap atau berpegang teguh sesuai dengan apa yang telah ditekadkan terhadap diri sendiri, yaitu keteguhan dalam menepati prinsip, visi dan misi diri. Ini yang harus dinegosiasikan pada diri, sehingga tidak mudah goyah, bimbang ataupun ragu ketika suatu saat harus berbenturan dengan kendala atau hambatan maupun tantangan. Negosiasikan pada diri sendiri bahwa harus bangkit ketika dalam keadaan terpuruk dan kembali bisa konsisten untuk meneguhkan diri pada prinsip, visi dan misi yang telah ditekadkan.<sup>23</sup>

Adapun negosiasi diri yang dimaksud dalam penelitian ini adalah setiap penggemar *K-Pop fandom Army, Blink* dan *Exo-l*, studi pada mahasiswa

---

<sup>23</sup> Sigit Eka Pribadi, *Inilah 5 Cara Bernegosiasi Pada Diri Sendiri*, Minggu 3 Januari 2021, <https://www.kompasiana.com/sigit19781986/5ff1bc578ede4807ff372a92/inilah-5-cara-bernegosiasi-pada-diri-sendiri>. (Diakses pada tanggal 24 Mei 2022).



angkatan 2018 di Darussalam Banda Aceh mampu menegosiasikan dirinya terhadap segala kegiatan ke-*fandom*-annya dalam manajemen waktu terutama waktu beribadah seperti melaksanakan salat tepat waktu dan melakukan segala kewajibannya sebagai pelajar.

#### D. *K-Pop* dan *Fandom*

##### 1. Pengertian *K-Pop*

*Korean Pop* adalah sebuah genre musik dari negara Korea, yakni singkatan dari *K-Pop*. *Korean Pop* didominasi oleh irama musik modern yang diaransemen sedemikian rupa sehingga merupakan perpaduan dari irama R&B (*Rhythm & Blues*), dan lagu-lagu pop kekinian yang dipengaruhi oleh musik-musik Barat, serta musik trot yang berasal dari negara Korea sendiri.<sup>24</sup>

*Korean Pop (K-Pop)* adalah musik Korea yang populer yang berasal dari Korea Selatan. Sumber aliran *K-Pop* adalah musik Pop, R&B (*Rhythm & Blues*), *Dance pop*, musik Korea, *New Jack Swing* atau hip-hop. *K-Pop* berciri khas lagu-lagu ceria dengan tempo cepat dengan lirik bahasa Inggris dengan diiringi *modern dance*. Selain itu personel dari grup *K-Pop* adalah orang Korea yang memiliki wajah yang cantik maupun tampan, modis dan performa yang maksimal.<sup>25</sup>

*K-Pop* atau *Korean Pop* menjadi jenis musik yang sangat fenomenal saat ini. Jenis musik *K-Pop* telah membius jutaan remaja Asia untuk menjadi *fans* setia dari *K-Pop* itu sendiri. Sangat wajar jika *K-Pop* menjadi begitu istimewa di hati penggemarnya. Hal ini karena artis *K-Pop* tidak hanya mengedepankan tampilan

<sup>24</sup> Choi Sungmin, *BTS Heat Feel the Euphoria and Get Fever*, (Yogyakarta: Histeria, 2019) hlm. 2

<sup>25</sup> Yuanita & Sari, *Korean Wave: Dari K-Pop Hingga Tampil Gaya Ala Korea*, (Yogyakarta: Idea Terra Media Pustaka, 2012), hlm. 24.

luar saja, tetapi juga sangat memperhatikan kualitas dari vokal dan kekompakan menyanyi dan menari.<sup>26</sup> Dalam musik *K-Pop*, pendengar juga akan mengenal istilah *boygroup* (grup laki-laki) dan *girlgroup* (grup perempuan). *Boygroup* ataupun *girlgroup* adalah grup musiknya, Sedangkan *K-Pop* adalah jenis aliran atau tipe musik serta gayanya.<sup>27</sup> Istilah *boygroup* atau *girlgroup* adalah grup vokal/musik yang memadukan lebih dari satu suara menjadi sebuah harmoni musik/nyanyian. *Boygroup* atau *girlgroup* sebenarnya sudah ada sejak tahun 90-an. Seperti AB (Trio campuran), Elfa's *singer* (Kwintet campuran), warna (Kwintet campuran), Kahitna dan masih banyak lagi. Meskipun demikian *boygroup* atau *girlgroup* yang berasal dari Korea atau *K-Pop* berbeda dengan *boygroup* dan *girlgroup* dari negara lain, yang membedakannya adalah artis *K-Pop* dikenal dengan kualitas menari (*dance*) dengan diiringi suara yang bagus, *K-Pop* tidak mengedepankan tampilan luar saja, untuk menjadi artis *K-Pop* mereka dilatih mulai dari umur yang masih belia (sekitar 12-17 tahun), diseleksi dengan ketat dan diajari bagaimana seharusnya etika seorang artis didepan publik untuk menjaga nama baik perusahaan (agensi) yang menaungi mereka.<sup>28</sup>

*Boygroup* dan *girlgroup* yang dimaksud pada penelitian ini *BTS*, *Blackpink* dan *EXO*. Penulis memilih ketiga *group* tersebut karena *group* tersebutlah yang paling banyak memiliki *fandom* didunia. Keberadaan *fandom* mereka hampir ada disetiap negara terlebih di Indonesia paling banyak, jadi lebih mudah untuk penulis dalam melakukan penelitian.

---

<sup>26</sup>Citra Rosalyn Anwar, Jurnal Ilmu Komunikasi UPN Veteranan Jatim, No.1, Vol. 1, *Studi Interaksi Simbolik K-Popers di Makassar*, (Makassar: Universitas Negeri Makasar, 2018)

<sup>27</sup> Yuanita & Sari, *Korean Wave: Dari K-Pop Hingga Tampil Gaya Ala Korea*, (Yogyakarta: Ideaa Terra Media Pustaka, 2012), hlm. 8

<sup>28</sup> Liem, *Korean Idol*, (Yogyakarta: Ideaa Terra Media Pustaka, 2013), hlm. 49

## 2. Pengertian *Fandom*

Henry Jenkins, dalam Nisbett (2018), menjelaskan bahwa *fandom* merupakan salah satu konvergensi kultur yang memiliki kekuatan atas komunitasnya serta media yang terkait dengannya. Selain itu, *fandom* juga memiliki pengaruh yang cukup kuat dalam sikap serta debat sosial.<sup>29</sup>

Penggemar dalam Bahasa Inggris disebut “*fans*” memiliki sifat fanatik, yang menurut KBBI adalah kepercayaan (keyakinan) yang sangat kuat terhadap ajaran (politik, agama, dan sebagainya). Penggemar selalu dicirikan sebagai suatu kefanatikan yang potensial. Hal ini berarti bahwa kelompok penggemar dilihat sebagai perilaku yang berlebihan dan berdekatan dengan kegilaan.

Para penggemar kemudian bersatu dalam *fandom*. *Fandom fan-*, kependekan dari *fanatic* dan akhiran *-dom* seperti *kingdom* atau *freedom*, dan lain-lain adalah istilah yang digunakan untuk merujuk pada sebuah subkultur yang dibangun oleh para penggemar yang memiliki ketertarikan yang sama. *Fandom* menurut Jenson adalah sekumpulan *fans* yang bergabung menjadi satu. *Fandom* adalah komunitas dimana para *fans* dapat membangun identitas budaya melalui keterikatan pada teks media.

Dengan diperkenalkannya internet, *fandom* pun mengalami evolusi, *cyber-fandom*, yaitu bentuk lain dari komunitas/ interaksi dunia maya telah mengubah persepsi tentang masyarakat dan identitas. Menurut Gooch komunitas adalah

---

<sup>29</sup> Gwendelyn S. Nisbett, *Don't Mess with My Happy Place: Understanding Misogyny in Fandom Communities* dalam J. R. Vickery dan T. Everbach (eds.) *Mediating Misogyny*, (Switzerland: SpringerInternational Publishing AG, 2018), hlm.173.

sebuah kelompok sosial dari orang-orang yang berbagi minat yang sama, namun berpartisipasi dalam *fandom* tidak berarti selalu hidup dalam tempat yang sama terutama *cyber-fandom*, penggemar sering berkomunikasi tanpa pernah bertemu secara fisik satu sama lain.<sup>30</sup> Dalam *cyber fandom*, penggemar datang bersama-sama untuk berbagi kepentingan produksi mereka dan menciptakan komunitas virtual dan budaya. Budaya *fan* memiliki bahasa sendiri, yang terkadang disebut *fanspeak*, di mana kata-kata dan frase telah disesuaikan untuk menciptakan jargon-jargon yang hanya penggemar sepenuhnya memahami.

Pada dasarnya penggemar terdiri dari dua tipe khas patologi, yaitu individu yang terobsesi (biasanya laki-laki) yang terobsesi dengan tampilan selebriti dan kerumunan histeris (biasanya perempuan) yang meneriaki para kaum selebriti.<sup>31</sup> Apabila dilihat dari jenis kelamin, perempuan lebih meminati budaya Korea dibandingkan laki-laki. Jadi dapat dikatakan bahwa penggemar perempuan lebih dominan dari pada penggemar laki-laki. Namun bukan berarti tidak ada penggemar dari laki-laki, hanya saja penggemar laki-laki masih merasa malu untuk menunjukkan dirinya sebagai *fandom* atau lebih dikenal dengan sebutan *fanboy*. Penggemar perempuan dalam bahasa Inggris disebut dengan istilah "*fangirls*" didefinisikan sebagai perempuan atau wanita yang menyukai seseorang atau sesuatu secara ekstrem atau dengan antusias yang berlebihan.

*Fandom* yang dimaksud pada penelitian adalah *fandom Army*, *Blink* dan *Exo-l*. *Army* adalah singkatan dari *Adorable Respresentatie M.C for Youth*, yang

---

<sup>30</sup> Gooch, Betsy. 2013. *The Communication of Fan Culture: The Impact of New Media on ScienceFiction and Fantasy Fandom*. Georgia Institute of Technology. Thesis. Page. 3

<sup>31</sup> John Storey, *Cultural Studies dan Kajian Budaya Pop*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2007), hlm. 157.

bisa juga diartikan sebagai tentara, *Army* adalah nama penggemar *boygroup BTS*. *Blink* adalah sebutan untuk penggemar *girlgroup Blackpink*. Dan *Exo-l* adalah sebutan untuk penggemar *boygroup EXO*.

## E. Manajemen Waktu

### 1. Pengertian Manajemen Waktu

Dalam kamus besar bahasa Indonesia manajemen diartikan sebagai kegiatan/penelaahan yang mencakup perencanaan, pengorganisasian dan pengendalian. Manajemen adalah suatu proses atau kerangka kerja, yang melibatkan bimbingan atau pengarahan suatu kelompok orang-orang ke arah tujuan-tujuan organisasional atau maksud-maksud yang nyata.<sup>32</sup>

Manajemen juga dapat diartikan sebagai proses perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, dan pengendalian upaya anggota organisasi dan proses penggunaan berbagai sumber daya organisasi lainnya demi tercapainya tujuan organisasi sebagaimana yang telah ditetapkan.<sup>33</sup>

Manajemen waktu adalah suatu keterampilan untuk mengatur waktu agar berhasil mencapai cita-cita atau tujuan hidup positif yang dikehendaki. Jika tujuan hidup telah tercapai, itu berarti kesuksesan telah didapatkan. Sebab orang yang sukses adalah orang yang berhasil mencapai tujuan hidup positif yang dikehendakinya.<sup>34</sup>

---

<sup>32</sup> George R. Terry dan Leslie W. Terry, "*Principles of Management, terj. G.A. Ticoalu, Dasar-Dasar Manajemen*", (Cet. I; Jakarta: PT Bumi Aksara, 1992), hlm. 1.

<sup>33</sup> James A. F. Stoner, Charles Wankel, "*Perencanaan dan Pengambilan Keputusan dalam Manajemen*", (Jakarta: Rineka Cipta, 1993), hlm. 5.

<sup>34</sup> Satria Hadi Lubis, *Breaking The Time*, (Cet. II; Yogyakarta: Pro You, 2010), hlm. 17.

Waktu adalah sumber daya yang tidak bisa dibeli dan dijual, dibagikan dengan orang lain atau diambil dari mereka. Waktu tidak dapat ditambah atau dikurangi setiap hari, semua memiliki waktu yang sama, yaitu 24 jam. Apa yang dilakukan dengan waktu itulah yang membedakan. Orang yang berhasil memaksimalkan penggunaan waktu mereka mungkin menggunakan teknik dan sistem yang berbeda-beda namun memiliki satu hal yang sama. Mereka memiliki visi tentang bagaimana mereka ingin menghabiskan waktu, visi yang mengandung kesadaran tentang prioritas. Mereka tahu apa yang mereka ingin lakukan dengan waktu mereka.<sup>35</sup>

Dari pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa manajemen waktu merupakan perencanaan, pengorganisasian, penggerak, dan pengawasan produktivitas waktu. Setiap manusia harus mempunyai manajemen waktu, karena setiap apa yang akan dilakukan membutuhkan perencanaan yang baik. Setiap perencanaan yang telah dibuat harus dikerjakan sesuai dengan manajemen waktu yang telah ditentukan. Seseorang yang memiliki manajemen waktu dalam setiap kegiatannya adalah orang yang memiliki penghargaan waktu yang sangat tinggi dan menganggap waktu adalah segalanya yang tidak bisa untuk disia-siakan.

## **2. Unsur-unsur Manajemen Waktu**

Manajemen waktu adalah keterampilan mengatur waktu agar berhasil mencapai cita-cita atau tujuan hidup positif yang dikehendaki. Dalam teori manajemen, proses manajemen tidak terlepas dari istilah POACE (*Planning, Organizing, Actuating, Controlling, Evaluating*).

---

<sup>35</sup> Sigit Purwanto, *Manajemen Waktu*, (Erlangga, 2008), hlm. 4.

a. *Planning* (Perencanaan)

Menentukan tujuan-tujuan yang hendak dicapai selama suatu masa yang akan datang dan apa yang harus diperbuat agar dapat mencapai tujuantujuan itu.<sup>36</sup>

Dari sisi manajemen, perencanaan secara sederhana bisa didefinisikan sebagai pengambilan keputusan atas tindakan-tindakan yang akan dilakukan pada masa mendatang. Definisi yang lebih lengkap adalah bahwa perencanaan itu adalah proses mendefinisikan tujuan organisasi atau individu, membuat strategi untuk mencapai tujuan tertentu, dan mengembangkan rencana aktivitas kerja yang akan dilakukan. Perencanaan merupakan proses terpenting dari semua fungsi manajemen, karena tanpa perencanaan fungsi-fungsi lain seperti pengorganisasian, pengarahan, dan pengontrolan, tidak akan dapat berjalan dengan baik. Dari sisi tuntunan agama juga menunjukkan bahwa perencanaan itu perlu dilakukan dengan baik. Pada tahap awal, seseorang perlu memperjelas tujuan yang ingin diraih kemudian selanjutnya akan dituangkan dalam perencanaan.

Rasulullah Saw. Bersabda:

عن أميّر إملؤمني أيب حفص عر بن إخطاب ريبض هلا عنو ، ال : مسعت رسول هلا  
صل هعليو وسملـول : ) هما مكل إمري ما هوي إهام إ . مفن اهت جهر و إي  
ورسومو فيجر و ابل هلا وربل وهل ومن اهت جهر و مدهيا صيهبا أو امر أةئك يا فيجر و  
ابل ما باجر

*Artinya :Dari amirul mukminin Abu Hafsh}, „Umar bin Khattab ra., beliau berkata: “Aku mendengar Rasulullah saw. bersabda: “Sesungguhnya setiap amalan itu tergantung dengan niat-niatnya dan setiap orang hanya akan mendapatkan apa yang dia niatkan, maka*

<sup>36</sup> George R. Terry dan Leslie W. Terry, *Dasar-Dasar Manajemen*, hlm. 9.

*barangsiapa yang hijrahnya kepada Allah dan Rasul-Nya, maka hijrahnya itu kepada Allah dan RasulNya dan barangsiapa yang hijrahnya karena dunia yang hendak dia raih atau karena wanita yang hendak dia nikahi maka hijrahnya kepada apa yang ditujunya.  
(HR. Bukhari & Muslim)<sup>37</sup>*

Amalan, dalam konteks individu merupakan tindakan yang dilakukan oleh manusia, sedangkan dalam konteks manajemen merupakan bagian dari fungsifungsi manajemen yaitu pengorganisasian (*organizing*), pelaksanaan (*actuating*), dan pengontrolan (*controlling*). Tindakan yang dilakukan oleh individu maupun fungsi-fungsi manajemen tersebut “*hanyalah tergantung*” atau tidak akan dapat berjalan dengan baik tanpa adanya perencanaan yang baik (niat). Dalam konteks individu, niat tersebut harus diluruskan atau disesuaikan dengan syariat, sedangkan dalam konteks manajemen, niat tersebut harus dirumuskan dengan jelas sehingga dapat disusun dalam suatu perencanaan yang baik. Setiap orang hanya akan mendapatkan apa yang dia niatkan, “*akan mendapatkan*” menunjukkan tujuan dari apa yang ingin dicapai. Apapun tujuan itu, maka akan tercapai apabila ada perencanaan (niat) yang baik, dan dilaksanakan (amalan) dengan sungguh-sungguh.

Dalam hadist tersebut dijelaskan bahwa segala sesuatu yang direncanakan (niat) akan berjalan sesuai dengan apa yang telah diniatkan. Bagian merencanakan tersebut yang termasuk kedalam manajemen waktu. Segala yang ingin dikerjakan harus berdasar pada perencanaan.

Dalam ilmu manajemen, perencanaan yang sempurna haruslah meliputi enam bidang sebagai berikut:

<sup>37</sup> Ibnu Daqi- qil „*Ied, Syarh Matan al-Arba’in al-Nawawiyah*, terj. Tim al-Tibyan, Syarah} Hadis Arba” In (Cet. VI; Solo: Al-Tibyan, 2009), hlm. 27



- a. Apa (what); apa sajakah yang hendak diwujudkan dan dilaksanakan serta tujuan apa yang hendak dicapai.
- b. Siapa (who); siapa yang akan melaksanakan rencana tersebut, artinya harus ada kesadaran diri untuk mewujudkan rencana tersebut.
- c. Kapan (when); yang dimaksud adalah waktu untuk melaksanakan suatu rencana sehingga perlunya membuat rencana, jadwal, atau agenda waktu pelaksanaan (time schedule) kegiatan.
- d. Mengapa (why); di dalam rencana kegiatan perlu dikemukakan tentang alasan-alasan yang rasional tentang perlunya suatu kegiatan dilaksanakan.
- e. Dimana (where); dimana ruang atau tempat untuk melaksanakan rencana kegiatan.
- f. Bagaimana (how); ini terkait dengan cara-cara melaksanakan rencana kegiatan.

Perencanaan merupakan sesuatu yang sangat penting sebelum melakukan sesuatu yang lain. Perencanaan dianggap penting karena akan menjadi penentu dan ketercapaian tujuan. Hal ini sesuai dengan QS al-Hasyr ayat 18, menurut penafsiran imam al-Ghazali bahwa manusia diperintahkan untuk memperbaiki dirinya, untuk meningkatkan keimanan dan ketakwaan kepada Allah SWT. Maka proses kehidupan manusia tidak boleh sama dengan kehidupan yang sebelumnya (kemarin), selain itu kata perhatikanlah menurut imam al-Ghazali mengandung makna bahwa manusia harus memperhatikan dari setiap perbuatan yang dikerjakannya, serta harus

mempersiapkan diri (merencanakan) untuk selalu berbuat yang terbaik demi hari esok.

b. *Organizing* (pengorganisasian)

Mengelompokkan dan menentukan berbagai kegiatan penting dan memberikan kekuasaan untuk melaksanakan suatu kegiatan, atau suatu usaha untuk mengatur sebuah rencana dengan membuat jadwal-jadwal yang cukup jelas.

c. *Actuating* (Pelaksanaan)

Tahap selanjutnya dalam manajemen waktu adalah tahap pelaksanaan. Kegiatan yang telah direncanakan dan ditentukan harus segera dilaksanakan dan jangan ditunda-tunda. Allah SWT. memberi petunjuk kepada manusia agar bersungguh-sungguh dalam melaksanakan suatu pekerjaan walaupun baru saja menyelesaikan pekerjaan yang lain, dengan menjadikan harapan senantiasa hanya tertuju kepada Allah SWT.

Firman Allah SWT. Dalam al-Quran surah al-Insyirah ayat 7:

فَإِذَا فرغت فأنصب

Artinya : *maka apabila engkau telah selesai dari suatu urusan tetaplah bekerja keras untuk urusan yang lain.*

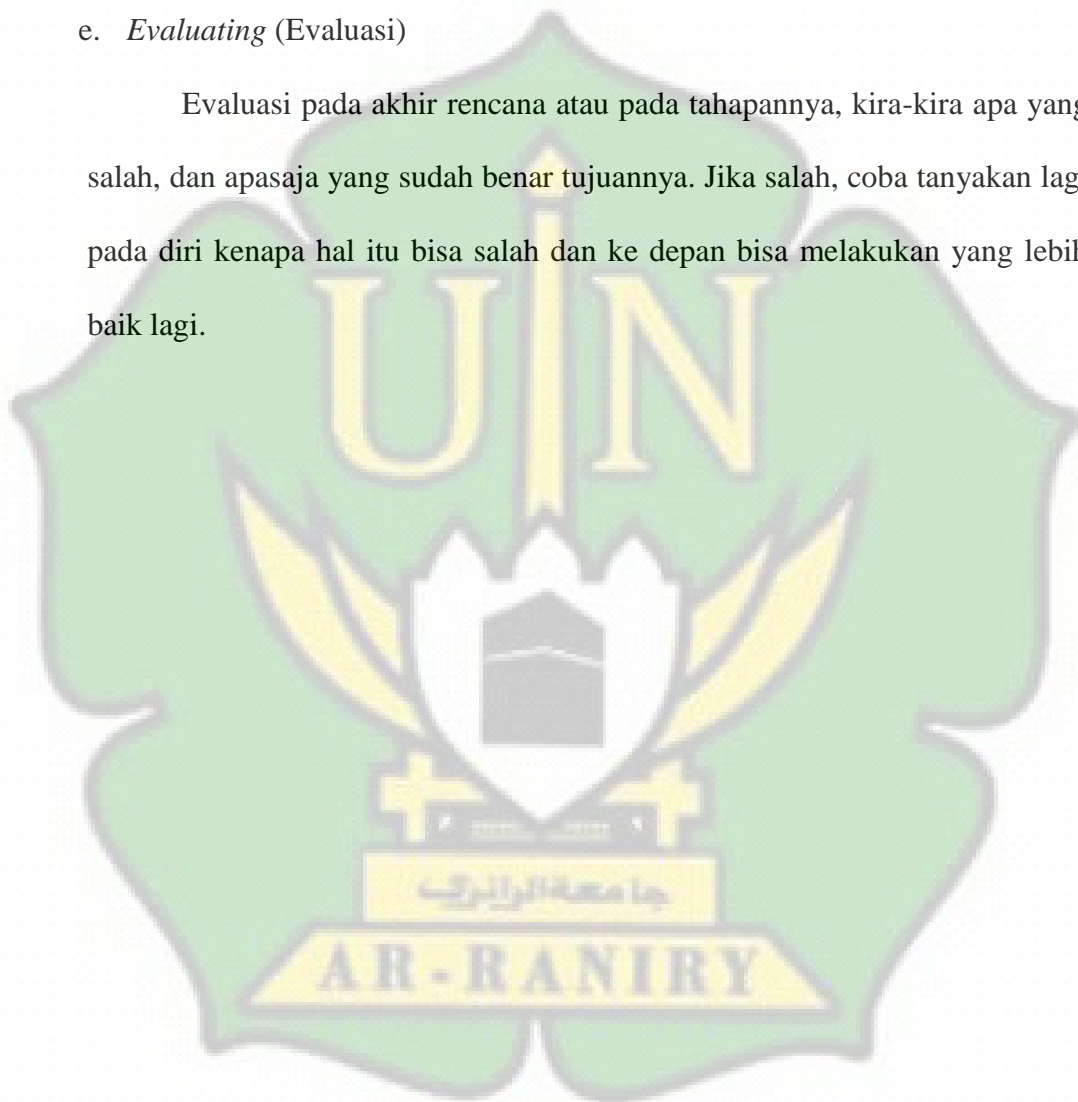
d. *Controlling* (Pengawasan)

Mengukur pelaksanaan dengan tujuan-tujuan, menentukan sebab-sebab penyimpangan-penyimpangan dan mengambil tindakan. Ingat selalu apa yang harus dikerjakan dan apa yang sudah dikerjakan dalam rangka

mencapai perencanaan yang telah dibuat. Selalu dikontrol atau dilihat perkembangannya. Salah satu kelemahan organisasi adalah sistem kontrol yang kurang. Jadi, perhatikan rencana yang sudah dibuat.

e. *Evaluating* (Evaluasi)

Evaluasi pada akhir rencana atau pada tahapannya, kira-kira apa yang salah, dan apasaja yang sudah benar tujuannya. Jika salah, coba tanyakan lagi pada diri kenapa hal itu bisa salah dan ke depan bisa melakukan yang lebih baik lagi.



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan dan Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif dalam mengungkapkan fakta dari lapangan. Penelitian deskriptif merupakan jenis penelitian yang memiliki tujuan menjelaskan atau menggambarkan suatu fenomena tertentu dengan mendeskripsikan hubungan variabel dengan fenomena yang diteliti. Penelitian ini menganalisis dan menguraikan data secara sistematis sehingga menghasilkan kesimpulan yang akurat.<sup>38</sup>

#### **B. Sumber Data Penelitian**

Sumber data pada penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Sumber data primer yaitu data yang didapat dari hasil wawancara dan observasi yang melibatkan partisipan. Sedangkan data sekunder adalah data yang berfungsi untuk menunjang pembahasan dalam penelitian ini.

Adapun sumber data primer pada penelitian ini adalah wawancara dengan *fandom Army*, *Blink*, dan *Exo-l* yang berdomisili di Banda Aceh, sedangkan media sosial seperti *Instagram*, *Twitter*, *Weverse* dan *Vlive App* menjadi sumber data penunjang dalam penelitian ini atau disebut juga data sekunder.

---

<sup>38</sup> Deddy Mulyana & Solatun, "Metode Penelitian Komunikasi", (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008), hlm.91

### C. Lokasi Penelitian

Adapun lokasi penelitian yang akan dilakukan pada penelitian ini yaitu kepada anggota *fandom Army, Blink, dan Exo-l* yang berdomisili di Banda Aceh.

### D. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian adalah pihak-pihak yang dituju untuk diteliti oleh peneliti.<sup>39</sup> Subjek yang dipilih adalah informan yang mampu memahami permasalahan yang akan ditelaah dalam penelitian ini serta bisa memberikan informasi yang luas dan tepat agar dapat dijadikan sebagai sumber untuk penelitian ini. Adapun yang menjadi subjek pada penelitian ini adalah *fandom Army, Blink dan Exo-l*.

Sedangkan objek penelitian merupakan sesuatu yang menjadi perhatian dalam suatu penelitian. Objek penelitian menjadi sasaran dalam sebuah penelitian untuk mendapat jawaban maupun solusi dari permasalahan. Objek adalah tempat penulis melakukan penelitian.<sup>40</sup> Objek pada penelitian ini dilakukan pada penggemar *K-Pop* yang beragama Islam.

Adapun informan dalam penelitian ini tercantum dalam tabel berikut:

3.1. Tabel Informan Penelitian

No	Nama	Alamat	Status	Media yang digunakan
1	Cut Hasna	Blang Krueng	Mahasiswa UIN (Aktif)	Hand Phone dan Tablet Pc

<sup>39</sup>Ismail Nurdin dan Sri Hartani, "*Metode Penelitian Sosial*", (Surabaya: Media Sahabat Cendekia, 2019), hal. 108

<sup>40</sup>Sugiyono, "*Metode penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&d*", cetakan 18, (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm.13

2	Ujyi Fusfitaloka	Tanjung Selamat	Mahasiswa Unsyiah (Aktif)	Hand Phone Dan Laptop
3	Uswatul Hasanah	Rukoh	Mahasiswa UIN (Aktif)	Hand Phone, PC, dan Tablet.
4	Syarifah Nazly Mastura	Darussalam	Mahasiswa UIN (Aktif)	Hand Phone
6	Muhammad Saifur	Rukoh	Mahasiswa UIN (Aktif)	Hand Phone
7	Nurul Afifah	Tanjung Selamat	Mahasiswa Unsyiah (Aktif)	Hand Phone dan NoteBook
8	Hani Zafira	Darussalam	Mahasiswa UIN (Aktif)	Hand Phone dan Laptop

### E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dalam penelitian adalah menempatkan data. Dalam penelitian kualitatif, yang menjadi instrumen atau alat penelitian adalah peneliti itu sendiri. Oleh karena itu peneliti sebagai instrumen juga harus divalidasi seberapa jauh peneliti kualitatif siap melakukan penelitian yang selanjutnya terjun ke lapangan.<sup>41</sup>

<sup>41</sup> Sugiyono, "Metode Penelitian Kualitatif Dan R & D"..., hlm. 222

Adapun teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan berbagai cara yaitu sebagai berikut:

### 1. Observasi

Observasi adalah pengamatan yang disengaja dan dilakukan secara sistematis, didukung dengan gejala-gejala yang diamati.<sup>42</sup> Observasi adalah teknik pengumpulan data menggunakan alat indra manusia guna memperoleh data untuk penelitian. Peneliti menggunakan metode pengamatan langsung yaitu pengamatan yang dilakukan langsung oleh pengamat (observer) pada objek yang diamati dan dan observasi partisipatif yaitu pengamatan yang langsung dan ikut berperan dalam perilaku yang diamati. Peneliti menggunakan metode pengamatan agar bisa melihat secara langsung objek dan subjek penelitiannya.

### 2. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengajukan beberapa pertanyaan kepada informan penelitian. Wawancara merupakan suatu proses interaksi dan komunikasi verbal dengan tujuan untuk mendapatkan informasi penting yang diinginkan. Dalam kegiatan wawancara terjadi hubungan dua orang atau lebih, dimana keduanya berperilaku sesuai dengan status dan peranan mereka masing-masing.<sup>43</sup>

Peneliti melakukan wawancara langsung kepada informan yang terpilih

---

<sup>42</sup> Dudung Abdurrahman, *“Pengantar Metodologi Penelitian”*, (Yogyakarta: Kurnia Kalam Semesta, 2003), hlm. 11.

<sup>43</sup> Sugiyono, *Metode Metode penelitian Kualitatif Dan R & D...*, hlm. 145

dengan mengajukan beberapa pertanyaan terkait dengan permasalahan penelitian.

### 3. Dokumentasi

Teknik dokumentasi merupakan suatu cara mengumpulkan data melalui peninggalan tertulis seperti arsip, termasuk juga buku tentang teori, pendapat, dalil atau hukum yang berhubungan dengan penelitian.<sup>44</sup> Dokumentasi yang digunakan peneliti dalam penelitian ini berupa foto, gambar, serta data-data yang terkait dengan judul penelitian yang penulis peroleh diwaktu melakukan observasi dan juga wawancara dengan informan penelitian.

## F. Teknik Analisis Data

Teknis analisis data merupakan caara mengelola data yang telah diperoleh dari lapangan. Hasil analisis ini merupakan jawaban atas pertanyaan masalah.<sup>45</sup>

Menurut Miles dan Hurbeman menjelsakan tiga tahap dalam analisis data yaitu

#### 1. Reduksi data

Menunjuk pada proses perangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal penting, dicari tema dan polanya, serta membuang hal-hal yang tidak penting.

---

<sup>44</sup> Nuzul Zuriyah, *“Metodelogi Penelitian Sosial dan Pendidikan”*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006), hlm. 191

<sup>45</sup> Kun Maryati dan Juju Suryawati, *“Sosiologi”*, (Diterbitkan oleh Esis, sebuah Imprint dari penerbit Airlangga, 2006), hal. 111



## 2. Penyajian data

Setelah proses reduksi diatas kemudian data yang telah dipilih dan cocok dengan penelitian maka langkah penulis selanjutnya adalah melakukan penyajian data.

Penyajian data dapat berupa uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori dan sejenisnya. Sedangkan data yang sering digunakan dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif.<sup>46</sup>

## 3. Penarikan Kesimpulan atau Verifikasi

Verifikasi kesimpulan dalam penelitian kualitatif yang diharapkan merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih abu-abu, sehingga setelah di teliti menjadi jelas.

---

<sup>46</sup> Sugiyono, *“Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D”*, (Bandung: Alfabeta, 2011), hal. 338

## **BAB IV**

### **PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN**

#### **A. Gambaran tentang *fandom Army, Blink dan Exo-l***

Di Indonesia istilah *K-Popers* atau *fandom* bukan hal yang asing lagi. Dengan mewabahnya *Hallyu Korean* atau *Korean Wave* tentu istilah-istilah tersebut sudah sangat sering ditemukan dikalangan masyarakat, terutama dikalangan pemuda-pemuda Indonesia. Peminat budaya *K-Pop* ini kemudian disebut dengan istilah *K-popers*. *K-popers* bergabung ke dalam kelompok *fandom group K-Pop* yang diidolakan.

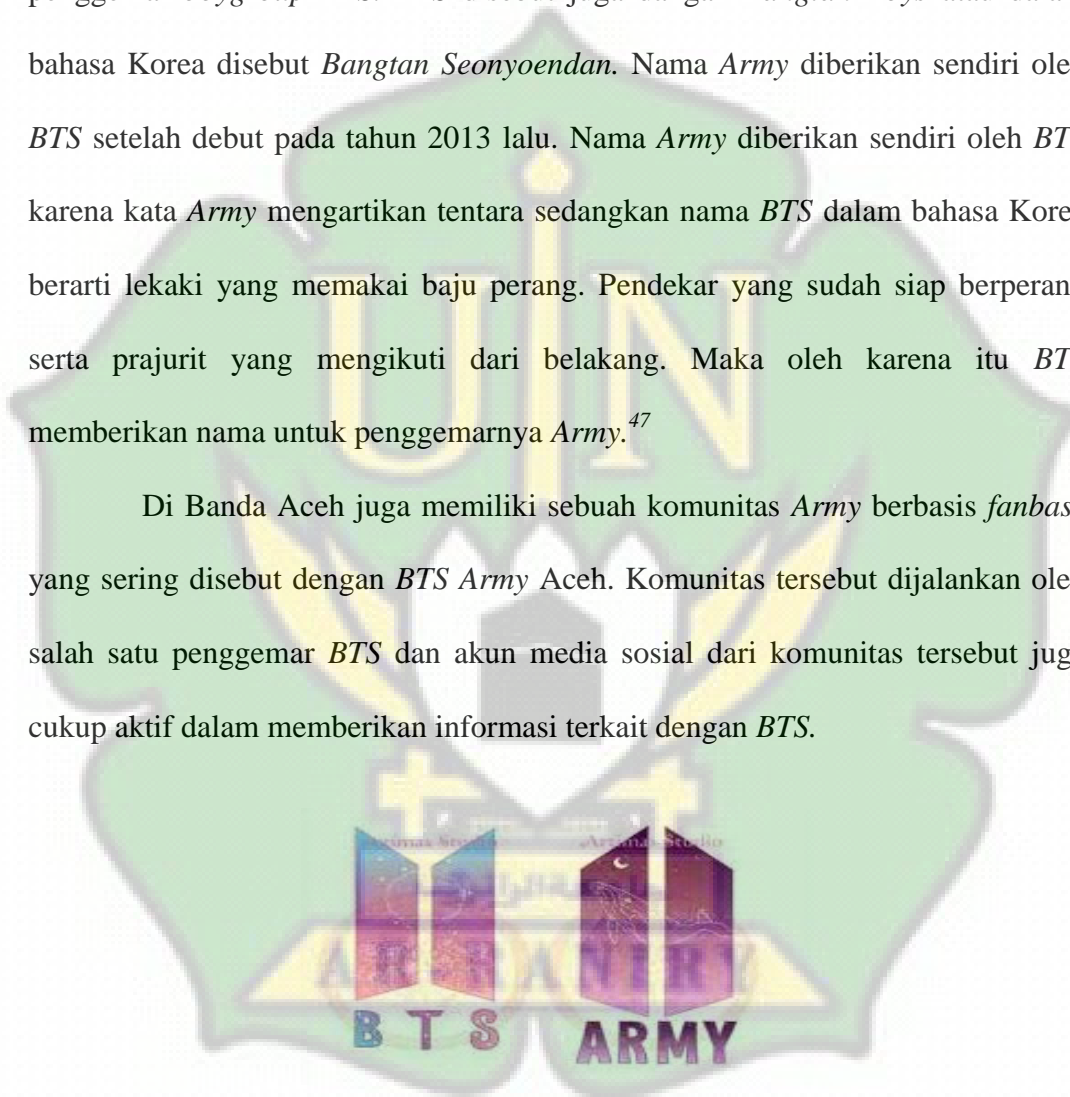
Setiap *group K-Pop* memiliki nama panggilan untuk menyebut *fans*-nya. Nama panggilan tersebut dibuat sendiri oleh *group K-Pop* ataupun dibuat oleh *agensi group K-Pop*. Tujuannya adalah untuk membedakan antara *fans group A* dengan *group* yang lain. Dengan kemampuan teknologi yang semakin canggih maka setiap tahunnya *K-popers* juga meningkat, sehingga di setiap daerah terdapat banyak *fandom* termasuk Banda Aceh.

Di Banda Aceh *K-Popers* juga banyak dijumpai dikalangan anak muda. Berdasarkan hasil observasi penulis *K-popers* Aceh juga tidak jauh berbeda dengan *K-popers* daerah lain. Seorang *K-Popers* tetap memiliki jati diri sebagai *K-popers* salah satunya adalah gemar mengoleksi *merch-merch* dari idolanya, membeli album dari idola dan selalu mengikuti segala kegiatan dari *group* yang diidolakan, seperti menonton *live streaming*, menonton konser dan mengikuti segala konten-konten dari idolannya.

## 1. Gambaran tentang *ARMY*

*ARMY* adalah singkatan dari *Adorable Respresentatie M.C for Youth*, yang juga dapat diartikan sebagai tentara, *Army* adalah nama panggilan untuk penggemar *boygroup* *BTS*. *BTS* disebut juga dengan *Bangtan Boys* atau dalam bahasa Korea disebut *Bangtan Seonyoendan*. Nama *Army* diberikan sendiri oleh *BTS* setelah debut pada tahun 2013 lalu. Nama *Army* diberikan sendiri oleh *BTS* karena kata *Army* mengartikan tentara sedangkan nama *BTS* dalam bahasa Korea berarti lelaki yang memakai baju perang. Pendekar yang sudah siap berperang serta prajurit yang mengikuti dari belakang. Maka oleh karena itu *BTS* memberikan nama untuk penggemarnya *Army*.<sup>47</sup>

Di Banda Aceh juga memiliki sebuah komunitas *Army* berbasis *fanbase* yang sering disebut dengan *BTS Army Aceh*. Komunitas tersebut dijalankan oleh salah satu penggemar *BTS* dan akun media sosial dari komunitas tersebut juga cukup aktif dalam memberikan informasi terkait dengan *BTS*.



Gambar 1.1. Logo Resmi *boygroup* *BTS* dan *fandom* *Army*

<sup>47</sup> Toko Pedia, *Fakta Terunik BTS ARMY, Fandom Terbesar di dunia Kpop*. 13 Agustus 2021, <https://www.tokopedia.com/blog/profil-bts-army/>. (Diakses pada tanggal 24 Februari 2022)

## 2. Gambaran tentang *BLINK*

*Blink* adalah sebutan untuk penggemar *girlgroup Blackpink*. *Blink* diambil dari kata *Black Pink* itu sendiri yaitu B, L, I.N, K. *Blink* jika diartikan dalam bahasa Indonesia berarti bersinar. Nama *fandom* ini resmi diumumkan pada tahun 2017 lalu.<sup>48</sup> Filosofi penamaan *Blackpink* adalah jika warna *Pink* berarti kecantikan, sedangkan *Blackpink* berarti ‘Kecantikan bukanlah segalanya’.<sup>49</sup>

Berbeda dengan *Army*, *fandom Blink* yang berada di Banda Aceh belum mempunyai komunitas berbasis *fanbase* terkait dengan *Blink*. Meskipun belum mempunyai komunitas berbasis *fansbase*, *fandom Blink* juga banyak terdapat di Banda Aceh. *Fandom Blink* di Banda Aceh sering membentuk kelompok-kelompok sendiri dengan sesama temannya untuk melakukan segala kegiatan terkait dengan idolanya.



Gambar 1.2. Logo Resmi *girlgroup Blackpink* dan *fandom Blink*

<sup>48</sup> Alif Rachmanda Ariyanto, *10 Istilah Fandom Black Pink, Fans Sejati wajib tahu hal ini*, 8 Oktober 2021, <https://pedomantangerang.pikiran-rakyat.com/selebritas/pr-072757656/10-istilah-khusus-untuk-fandom-blackpink-fans-sejati-wajib-tau-hal-ini#>. (Diakses pada tanggal 24 Juni 2022).

<sup>49</sup> Adiya priyambo, *Filosofi dibalik Nama Black Pink*, 3 Februari 2019. <https://celebrity.okezone.com/read/2019/02/01/33/2012709/filosofi-di-balik-nama-blackpink>. (Diakses pada tanggal 24 Juni 2022).

### 3. Gambaran tentang *EXO-L*

*EXO-L* adalah sebutan untuk penggemar *boygroup EXO*. *EXO* diambil dari *Exoplanet*, filosofi pemberian nama penggemar diberikan oleh suho yang merupakan leader *EXO* sendiri pada tahun 2012 lalu, yaitu pada saat *EXO* debut. Huruf L diakhir merupakan singkatan dari kata *love* yang berarti cinta.<sup>50</sup>

Di Banda Aceh juga terdapat salah satu komunitas *Exo-l* berbasis *fanbase* yang dikelola oleh salah satu penggemar *EXO* yang berada di Banda Aceh dan sering disebut dengan *EXO-L Aceh*. Komunitas berbasis *fanbase* ini juga memiliki akun media sosial dimana tempat mereka mengirimkan segala informasi terkait dengan idola-idola mereka.



Gambar 1.3. Logo Resmi *boygroup EXO* dan *fandom EXO-L*

<sup>50</sup>Amino, *Filosofi EXO-L*, 8 Mei 2018, [https://aminoapps.com/c/exo-l\\_indonesia](https://aminoapps.com/c/exo-l_indonesia). (Diakses pada tanggal 24 Juni 2022).

## **B. Negosiasi Diri Penggemar *K-Pop fandom Army, Blink dan Exo-l* Memanajemen Waktu**

Negosiasi diri adalah suatu konsep yang berhubungan dengan komunikasi intrapersonal yang terjadi didalam diri seseorang. Dalam konsep negoisasi diri komunikasi intrapersonal sangat dibutuhkan, karena negosiasi diri terjadi apabila seseorang berbicara dengan dirinya untuk mengambil keputusan atas dirinya. Konsep negosiasi diri adalah memberi kesempatan kepada diri sendiri untuk mempertimbangkan segala keputusan terhadap peristiwa-peristiwa yang terjadi didalam kehidupan berdasarkan pengalaman seseorang dengan memikirkan segala kemungkinan yang akan terjadi kedepan.

Negosiasi diri penggemar *K-Pop* yang dimaksud pada penelitian ini adalah, setiap penggemar yang beragama Islam harus mampu memberikan kesempatan kepada dirinya dalam mempertimbangkan segala keputusan yang berhubungan dengan kegiatan *K-Popers*-nya dalam memanajemenkan waktu terutama waktu beribadah. Seperti yang telah diketahui bahwa setiap umat muslim wajib melakukan segala perintah yang telah ditetapkan Allah SWT. Dengan hadirnya fenomena *K-Popers* tersebut dalam kehidupan umat muslim, tentu dapat menurunkan nilai-nilai keislaman seseorang salah satunya terlihat dalam memanajemenkan waktu. Beberapa penggemar tidak bisa mengatur waktu untuk beribadah dan melakukan kewajiban sebagai pelajar. Penggemar terlalu sering menunda shalatnya demi menonton konten *live* idolanya bahkan terkadang penggemar tidak mengerjakan tugas-tugasnya sebagai seorang pelajar. Dari faktor tersebut maka diperlukanlah konsep negosiasi diri untuk *K-Popers* pada

mahasiswa angkatan 2018 di Darussaam Banda Aceh, agar penulis dapat melihat sejauh mana seorang *K-Popers* pada mahasiswa angkatan 2018 di Darussalam Banda Aceh dapat bernegosiasi dengan dirinya sendiri. Negosiasi diri yang dimaksud adalah mampu memanajemenkan waktu yang meliputi waktu beribadah dan waktu untuk melakukan kewajiban sebagai mahasiswa.

### 1. Negosiasi diri penggemar *K-Pop fandom Army*

*Fandom Army* adalah kelompok penggemar dari *boygrup* bernama *BTS* (*Bangtan Seonyondan*). Setelah wawancara dengan beberapa informan yang merupakan penggemar dari *boygroup BTS* yang berada di Banda Aceh, bahwa negosiasi diri dilakukan dengan beberapa cara oleh setiap penggemar, dan setiap penggemar memiliki cara yang berbeda dalam melakukan negosiasi terhadap dirinya sendiri.

*“Biasanya saya membagi waktu saya untuk siang dan malam. Maksudnya dipagi hingga siang hari saya melakukan rutinitas seperti biasa dan di malam hari baru saya melakukan hobi saya sebagai Army, itupun setelah saya melakukan kewajiban beribadah, dan apabila ada pertemuan sesama Army saya akan pergi jika semua tugas saya sudah selesai dan biasanya saya memang sudah mempersiapkan jauh-jauh hari agar saya tidak melewatkan pertemuan tersebut”.*<sup>51</sup>

Dalam waktu ibadah penggemar membagi waktu antara siang dan malam. Pada pagi hari sampai petang penggemar tetap melakukan kewajibannya sebagai seorang mahasiswa seperti mengikuti perkuliahan, mengerjakan segala tugas-tugas dan melaksanakan pengajian. Pada saat waktu istirahat atau jika ada waktu kosong antara kegiatan tersebut, penggemar tetap memantau kegiatan idolanya melalui media sosial yaitu melihat foto-foto yang diposting oleh idolanya. Pada

<sup>51</sup> Hasil wawancara dengan U.F *fandom Army*, pada tanggal 20 Juni 2022

malam hari setelah melaksanakan salat *Insha* penggemar sepenuhnya melakukan kegiatan *K-Popers*-nya, yaitu dengan menonton segala konten-konten idolanya salah satunya menonton *variety show* dan *vlog* yang telah direkam sebelumnya oleh sang idolanya. Menonton konten idolanya dapat memulihkan energi yang telah terkuras setelah seharian melakukan segala kegiatan. Setelah melihat konten-konten lucu dari idolanya penggemar merasa lebih bersemangat untuk melakukan segala kegiatannya diesok hari. Dan menurut penggemar ini adalah salah satu cara paling efektif dalam memulihkan energi agar merasa lebih bersemangat.

Sebagai seorang *K-Popers* yang beragama Islam tentunya penggemar juga harus lebih memprioritaskan segala kewajibannya sebagai umat muslim.

*“Tentunya saya lebih memprioritaskan agama saya dari pada oppa saya, jika waktu salat telah tiba tentunya saya akan segera salat. Tetapi jika konten idola saya itu merupakan konten live terutama yang live pada hari tersebut adalah suga tentunya saya akan pikir kembali. Karena saya juga tidak mau melewatkan live dari oppa saya, jika setelah saya salat kontennya sudah selesai itu akan membuat saya sedih, dan jujur tentunya saya pernah sekali menunda salat saya demi konten tersebut. Tetapi jika waktu salat saya sudah mepet pastinya saya akan langsung melaksanakan salat duluan. Karena walau bagaimanapun saya sadar bahwa saya ini seorang muslim dan saya punya kewajiban yang harus saya laksanakan. Dan itu harus diminimalisirkan agar dosa saya tidak bertambah lagi. Tetapi saya tetap membagi waktu antara waktu ibadah dengan waktu menjadi army kok.”<sup>52</sup>*

Dari hasil wawancara tersebut dapat dilihat bahwa penggemar menegosiasikan dirinya dengan menyesuaikan konten idolanya, namun penggemar tetap menegaskan bahwa agamanya lebih penting dan membagi waktu antara beribadah dengan waktu sebagai *K-Popers*. Penggemar mengatakan bahwa tidak selalu ada konten *live*, bahkan sangat jarang dan hampir tidak pernah sama

<sup>52</sup> Hasil wawancara dengan Fatim, *fandom Army* pada tanggal 18 Juni 2022.



sekali dalam sebulan. Maka oleh karena demikian jika pada hari tersebut idolanya melakukan siaran langsung, maka penggemar menunda segala kegiatan yang sedang dilakukan. Dalam menegosiasikan diri penggemar belum sepenuhnya dapat memamanajemenkan waktu dengan baik. Bahkan penggemar pernah menunda shalatnya demi menonton *live* idolanya. Hal ini tentunya sangat dilarang dalam agama Islam.

Dalam al-Quran surah Maryam ayat 59 Allah Swt. Menjelaskan hukum orang-orang yang menunda shalat:

فَحَلْفَ مِنْ بَعْدِهِمْ خَلْفَ أَضًا عَوَالصَالُوَّةَ وَاتَّبِعُوا الشَّهَوَاتِ فَسَوْفَ يَلْقَوْنَ غِيَا

*Artinya: "Maka datanglah sesudah mereka, pengganti (yang jelek) yang menyia-nyiakan shalat dan memperturutkan hawa nafsunya, maka mereka kelak akan menemui kesesatan."*

Menunda shalat merupakan salah satu dosa besar. Dalam ayat tersebut dijelaskan bahwa siapapun yang menurutkan hawa nafsunya dengan menunda-nunda shalat maka kelak orang tersebut akan menemui kesesatan. Karena orang-orang tersebut tidak bisa mengontrol hawa nafsu dari dirinya. Sebagaimana yang telah ditetapkan dalam agama Islam setiap muslim wajib melaksanakan segala perintah Allah SWT. Hiburan bukan hal yang harus diprioritaskan, tetapi yang menjadi prioritas adalah segala kewajiban yang telah ditetapkan dalam agama Islam.

Sebagai *K-Popers* dan seorang muslim tentunya penggemar harus mempunyai motivasi yang kuat agar kedua hal tersebut dapat berjalan seimbang tanpa harus melupakan kewajiban sebagai umat Islam. Maka oleh karena itu penggemar dituntut untuk dapat memanejemenkan waktunya dengan baik.

*"Saya selalu bilang kepada diri saya dan juga teman army yang lain, misalnya seperti jika sudah azan, saya sering bilang Ayooo ibadah"*

*dulu bestie!!! Kita ini muslim, kita harus ingat bahwa sesudah ini kita akan mengadu nasib di akhirat nanti, oppa tidak akan membantu kita bestie, justru karena merekalah kita akan semakin susah. Jadi ayo kita salat dulu setelah itu baru lanjut lagi. Jadi kalau memang suatu saat saya ketemu namjoon, saya mau bilang ke namjoon bahwa agama islam ini agama yang indah, tapi itu imposible kan? Makanya saya selalu memotivasi diri dengan dengan menganggap, bahwa ketemu mereka kemungkinannya kecil sekali. Jadi kehaluan saya tidak berlangsung lama, karena motivasi saya selalu mengingat akhirat.” Jadi ketika waktu salah maka saya salat begitu juga dengan perkuliahan dan segala-segala tugas saya. Walaupun cuman selingan misalnya seperti pada saat mengerjakan tugas saya mendengar lagu mereka, atau melihat potingan-postingan oppa saya.”<sup>53</sup>*

Motivasi merupakan suatu hal yang paling penting untuk seseorang, karena dengan adanya motivasi seseorang dapat membatasi dirinya terhadap hal-hal yang membuatnya rugi. Maka oleh karena itu motivasi yang tinggi sangat diperlukan untuk membangkitkan semangat seseorang. Motivasi tersebut sangat penting untuk seorang penggemar agar mereka tidak larut dalam kegilaan dunia semata. Beberapa dari penggemar saling mengingatkan sesama temannya agar tidak terlalu mementingkan hal tersebut dan melakukan sebatas hobi saja. Dengan adanya motivasi tersebut penggemar lebih dapat memanajemenkan waktunya dalam melakukan ibadah, melakukan kewajiban dan melakukan kegiatan *K-Popers*-nya. Dengan demikian waktu yang dihabiskan tidak terbuang sia-sia.

## **2. Negosiasi diri penggemar *K-Pop fandom Blink***

*Fandom Blink* adalah sebutan untuk penggemar *girlgroup Blankpink*. Dalam menegosiasikan diri *fandom blink* tidak jauh berbeda dengan *fandom Army* karena pada dasarnya mereka adalah sesama *K-Popers* namun yang membedakan adalah idolanya serta rasa cinta terhadap idolanya. Memiliki rasa cinta yang tinggi

---

<sup>53</sup> Hasil wawancara dengan U.F *fandom Army* pada tanggal 20 Juni 2022

terhadap idola adalah ciri khas dari seorang penggemar, beberapa dari penggemar menganggap bahwa idolanya adalah penyemangat hidup mereka.

*“Ketika merasa sedih, saya selalu mengalihkan pikiran dengan menonton konten-konten unnie saya, walaupun saya sadar mereka tidak tahu bahwa saya hidup dalam dunia ini, tetapi dengan mengetahui keberadaan mereka saja sudah sangat membuat saya bahagia. Dengan melihat kontennya saja saya sudah merasa bahagia. Saya tidak perlu keliling-keliling ataupun jalan-jalan tapi cukup dengan mengambil hand phone saya dan memantau kegiatan-kegiatan dari bias saya. Dengan menjadi K-popers juga memotivasi saya untuk belajar lebih giat lagi, saya merasa lebih semangat, dulu saya orangnya lumayan malas dalam hal belajar, namun setelah saya menjadi K-popers pikiran saya lebih terbuka. Ketika melihat idola saya yang sudah sangat terkenal saja bahkan sudah mempunyai banyak uang tetapi masih tetap rajin belajar dan menyempatkan diri untuk menempuh pendidikan, jadi saya pikirnya begini, saya ini yang bukan siapa-siapa saja dan tidak disibukkan dengan hal lain saya malas belajar. Jadi hal-hal yang seperti itu membuat saya berpikir ternyata selama ini saya sudah membuang-buang waktu saya. Menjadi K-popers dan sebagai fandom sangat menyenangkan untuk saya.”<sup>54</sup>*

Dalam hal tertentu menjadi seorang *K-Popers* juga dapat memotivasi seseorang dalam menuntut ilmu, jika dilihat dari sisi positif seorang *idol K-Pop* memang sangat mengutamakan pendidikan walaupun mereka sudah sangat terkenal tetapi pendidikan tetap menjadi prioritas mereka. Dengan memiliki motivasi tersebut tentunya membuat seorang lebih tekun dalam menuntut ilmu dan lebih menghargai waktunya. Dalam agama Islam menuntut ilmu merupakan salah satu kewajiban yang harus dikerjakan, terlebih menuntut ilmu agama Islam. Penggemar yang terdorong dengan motivasi tersebut tentu memiliki keinginan dan kemauan yang besar dalam menuntut ilmu.

---

<sup>54</sup> Hasil wawancara dengan Syarifah, *fandom Blink* pada tanggal 22 Juni 2022

*“Saya memang sangat sayang terhadap idola saya, tapi saya tidak pernah sekalipun mengtuhankan mereka, maksudnya begini, saya sayang mereka tetapi bukan mereka yang menjadi prioritas utama saya. Saya sadar bahwa saya ini sebagai seorang muslim, walaupun dalam agama Islam saya ini belum masuk kategori orang yang shaleh tapi sampai detik ini saya tidak pernah mencampur adukkan kefandoman saya dengan agama. Mereka memang mengubah perilaku saya, bahkan sifat saya juga berubah semenjak menjadi K-popers, beberapa ada yang berubah ke hal yang lebih positif namun untuk hal keagamaan saya itu tidak berubah sama sekali, walaupun saya mengikuti segala kegiatan tersebut namun saya selalu membuat batas pada diri saya jika ada hal-hal yang akan membuat saya menyalahi agama saya.”<sup>55</sup>*

Penggemar memang sangat mencintai idolanya tetapi dalam hal yang berkaitan dengan agamanya penggemar sadar bahwa itu bukan hal yang bisa untuk disatukan. Penggemar sadar bahwa yang dilakukan tersebut terkadang bisa membuat seseorang jauh dengan agamanya, namun menurut penggemar selama masih dapat mengontrol diri dan tahu apa yang menjadi prioritas terhadap diri maka menjadi seorang *fandom* yang beragama Islam tidak masalah. Dalam hal ini penggemar tahu bagaimana memposisikan dirinya. Penggemar mengetahui bagaimana membatasi waktu pada saat dirinya sedang melakukan kegiatan *fandom*-nya yaitu dengan membuat batasan seperti menonton satu jam atau dua jam dalam sehari sekali setelah mengerjakan semua tugasnya, namun penggemar tetap mendengarkan musik dari idolanya pada saat mengerjakan tugas kuliahnya.

*“Saya sangat paham hukum mengidolakan seseorang dalam Islam, saya juga pernah mendengar pendapat ulama bahwa jika kamu menyerupai suatu kaum maka kelak kamu akan bersama dengan kaum tersebut. Dan sampai detik ini saya tahu hal tersebut dan sadar tetapi saya tetap melakukan hal tersebut, namun yang saya ambil sebagai tindakan untuk meminimalisirkan hal tersebut salah satunya saya harus sadar dulu, kalo saya ini orang Islam punya kewajiban yang harus dilakukan, salah satunya salat lima waktu sehari itu tidak boleh bolong. Itu saja yang saya*

---

<sup>55</sup> Hasil wawancara dengan Hani *fandom Blink* pada tanggal 19 Juni 2022

*jaga sampai sekarang ketika saya sudah mulai-mulai tidak waras dengan kefandoman saya ini.”*

Penggemar mengetahui bahwa hukum mengidolakan seseorang kafir dalam agama Islam tidak boleh. Penggemar tetap melakukan hal tersebut walaupun sudah mengetahui dengan jelas bahwa tidak boleh. Penggemar beranggapan selama masih bisa dilakukan sebagai hobi maka tetap dilakukan dengan meminimliskan dan tidak dilakukan secara berlebihan. Misalnya sebatas menonton dalam seminggu sekali pada .

### **3. Negosiasi diri Penggemar *K-Pop fandom EXO-L***

Setelah membahas negosiasi diri dari kedua *fandom* diatas selanjutnya penulis akan membahas negosiasi diri penggemar *K-Pop fandom Exo-l*. *Exo-l* adalah sebutan untuk penggemar *boygruop* EXO.

*“Selama menyukai EXO saya selalu merasa semangat dalam hidup saya. Menurut saya selama mengidolakan tidak sampai memuja-muja seperti tuhan, selama masih secukupnya saja dan sekedar suka sehingga tidak mempengaruhi nilai akidah keimanan dan akhlak tidak bisa disalahkan. Dan saya mengatakan ini bukan karena saya sangat menyukai EXO tetapi ini memang benar adanya dan saya selalu mendapat hal-hal positif dari EXO, seperti ketaatan mereka kepada tuhannya, yang mana kita sebagai umat muslim, seharusnya malu apabila mengidolakan orang yang taat pada tuhannya namun kita sendiri berbanding terbalik. Menggemari Kpop juga berarti menggemari orang-orang yang bekerja keras demi impian serta memiliki keyakinan akan diri sendiri. Saya juga dapat menghindari buruknya pacaran akibat menggemari K-pop, saya menggunakan K-pop sebagai alat agar terhindari dari laki laki. Negatif yang saya dapatkan seperti menjadi lebih boros akibat harga dari merchandise K-pop yang mahal.”<sup>56</sup>*

---

<sup>56</sup> Hasil wawancara dengan Aradara *fandom Exo-l* pada tanggal 29 Juni 2022

Penggemar menegosiasikan dirinya dengan melihat dan membandingkan perilaku idolanya terhadap dirinya. Penggemar sangat menyukai *EXO* karena menurut penggemar anggota *boygroup EXO* adalah sosok pemuda yang beretika dengan baik dan sosok teladan yang patut untuk diidolakan. Penggemar sering menghabiskan waktu sendiri untuk melihat idolanya dari pada dengan teman-temannya. Penggemar merasa lebih nyaman berada dirumah untuk menonton konten-konten idolanya dari pada harus keluar dan bertemu dengan orang lain. Menjadi seorang *K-Popers* salah satu alasan penggemar untuk menghindari pacaran. Dalam agama Islam pacaran memang dilarang dan barang siapa yang melakukan hal tersebut tentunya mendekati perbuatan zina. Meskipun penggemar tidak berpacaran bukan berarti tidak melakukan dosa. Karena perlu diketahui dalam agama Islam semua ada aturan-aturan yang dipatuhi.

### **C. Kendala yang dialami Penggemar *K-Pop* dalam Melakukan Negosiasi diri**

Ketika seseorang mempunyai hal yang sangat disukai tentu sangat sulit untuk mengontrol diri dari hal tersebut. Dalam agama Islam dianjurkan untuk mencintai Rasulullah Saw. Maka tidak dianjurkan untuk mengidolakan seorang *K-Pop*. Pada saat melakukan negosiasi diri seorang *K-Popers* yang beragama Islam tentu mengalami kendala. Penggemar harus benar-benar berpikir bahwa hal tersebut tidak dapat dilakukan berdampingan dengan agama Islam. Dalam hal inilah penggemar mengalami kendala-kendala dalam menegosiasikan dirinya dengan memposisikan dirinya sebagai umat muslim dan sebagai seorang *K-Popers*.

## 1. Kendala yang dialami Penggemar *K-Pop* dalam Mengosiasikan diri *fandom Army*

Setiap penggemar memiliki karakter dan ciri khas masing-masing, di mana ini berpengaruh bagi seorang penggemar dalam melakukan negosiasi diri terhadap idolanya.

*“Sejauh ini kendala terbesar bagi saya di mana pada saat BTS konser kayak kemaren, walaupun saya tidak nonton langsung tapi saya nonton secara online. Kendalanya disitu, antara mau lanjut atau salat dulu tapi sudah segmen terakhirkan ,lagian konser tidak setiap hari. Yang namanya mau lihat oppa kan harus tetapkan? Makanya untuk saya itu termasuk kendala terbesar. Karna disitu perasaan campur aduk, antara senang lihat konser online, satu sisi juga sudah magrib, akhirnya perasaan saya jadi galau tidak karuan. Karena saya nonton online, kan live konsernya memang tengah berlangsung, walaupun nanti ada banyak fancam-fancam yang dapat dilihat, tapi tetap tidak enak, karna udahan konsernya, sudah siap gitu acaranya. Jadi saya pikirnya sampe kesitu coba. Emang susah kali waktu itu untuk saya.hahahah.”<sup>57</sup>*

Dalam hal tersebut penggemar tidak bisa sepenuhnya mengontrol emosinya walaupun pada akhirnya penggemar tetap akan melaksanakan kewajibannya. Namun jika dihadapkan dengan hal-hal tertentu seperti menonton konser idolanya penggemar memiliki kendala besar dalam melakukan negosiasi terhadap dirinya. Dalam kendala yang dialami tersebut tentunya penggemar bingung mau memilih yang mana walaupun jika sudah jelas bahwa ibadah tetap yang utama namun yang namanya seorang penggemar pada akhirnya tetap akan memilih hal yang disukainya. Dan hal tersebut tentunya kembali kepada sifat dan karakter penggemar.

*“Sebenarnya saya tidak terlalu banyak memilki kendala dalam ibadah saya, namun kendalanya seperti konten-konten yang muncul tidak tepat waktu, atau bad timing misalnya konser seperti kemarin. Ya itu*

<sup>57</sup> Hasil Wawancara dengan Hasna *fandom Army* pada tanggal 28 Juni 2022

*masih bisa saya hadapi. Kalau salat ya saya salat terus walaupun misal tadi saya sudah niat mau mengaji, tapi karena konten yang bad timing itu saya tidak jadi mengaji. Itu tidak sering kadang-kadang saja, makanya saya bilang bad timing. Namun selain itu yang menjadi kendala lain buat saya yang seorang K-Popers adalah uang, buat saya uang itu kendala besar buat seorang K-Poper, saya punya mimpi untuk ketemu mereka walaupun saya sadar kalo saya tidak mungkin untuk pernah bisa ketemu mereka. Walaupun suatu saat nanti ada kesempatan buat saya pergi ke konser mereka tapih kan tidak bisa ketemu untuk bisa ngomong. Tidak seperti fansign, memikirkan hal-hal itu buat saya merasa sedih, buat saya galau apalagi lihat army-army lain yang sudah beruntung. Mereka sudah melihat bangtan langsung sedangkan saya kapan? Saya pengen juga, kalau saya memikirkan itu sedih rasanya, walaupun dengan memikirkan itu menjadi motivasi buat kerja keras, tapi yang namanya manusia pasti ada fase-fase sedihnya. Memikirkan hal-hal yang seperti itulah yang menjadi kendala buat saya. Ketika sudah galau tidak jelas dan kadang – kadang juga sering menangis itu membuat saya malas buat ngerjain tugas dan malas buat kekampus kadang-kadang. Namun tidak berlangsung lama, paling lama sehari dua hari dan tidak sering. Hal tersebut bisa terjadi ketika saya sudah lelah sekali, mungkin karena saya overthinking. Itu saja kalau kendala yang saya alami selama menjadi army. Saya paling sulit untuk mengontrol perasaan saya sehingga membuat waktu terbuang sia-sia. Oh iya satu lagi, saya paling suka sama namjoon terus saya tahu kalau namjoon punya anjing, jadi suka sama anjing pengen pelihara tapi dalam Islam anjing itu haram, terus kalau lihat soju-soju saya jadi ingin rasa, apalagi saya melihat mereka nge-live, disitu ada minuman-minuman seperti wine, sampanye, bir dan saya jadi ingin coba rasa karena penasaran. Emang saya agak kurang waras. Padahal tidak boleh kan?? Hahahah.<sup>58</sup>*

Penggemar terkadang sulit untuk mengontrol perasaannya karena terlalu *over thinking*, namun dalam hal ibadah penggemar tidak banyak memiliki kendala kecuali pada saat penggemar mengikuti konten-konten idolanya yang terkadang muncul tidak tepat waktu, sedangkan waktu tersebut penggemar akan melakukan pengajian namun dengan adanya konten tersebut membuat penggemar menunda pengajiannya. Dan dalam hal lain penggemar juga mengalami kendala seperti ingin mencoba untuk merasakan minum minuman seperti *soju, wine, bir* dan lain-

<sup>58</sup> Hasil wawancara dengan U.F *fandom Army*, pada tanggal 20 Juni 2022



lain, bahkan penggemar juga berkeinginan untuk memelihara anjing karena bias yang diidolakan punya anjing.

Dalam menegosiasikan dirinya penggemar selalu terpaku dengan posisi *K-Popers*-nya sedangkan dalam memposisikan dirinya sebagai umat muslim hanya sebatas melakukan salat. Penggemar rela menunda aktivitas pengajiannya walaupun penggemar mengakui hal tersebut jarang dilakukan, dan ketika menghadapi situasi yang tidak diinginkan seperti saat idolanya tidak *update story* maka penggemar merasa khawatir dan merasa sedih. Ketika hal tersebut terjadi penggemar selalu mementingkan perasaan sedihnya dari pada harus memposisikan dirinya sebagai umat Islam. Akibatnya banyak waktu penggemar yang terbuang sia-sia.

## **2. Kendala yang dialami Penggemar *K-Pop* dalam Mengosiasikan diri *fandom Blink***

Dalam menegosiasikan diri antara seorang penggemar *K-Pop* dan seorang muslim tentunya bukan hal yang mudah bagi seorang *K-Popers*.

*“Sejauh ini kendala bagi saya yaitu dance. Dalam Islam hukum menari tidak boleh kan kak?, untuk melenggak-lenggokkan badan tidak bagus dalam agama Islam. Sedangkan saya paling suka dengan dance-nya mereka. Kerena menurut saya dance-nya menarik jadi saya makin suka melihatnya. Dan saya pun sering mengcover dance nya mereka, sering manari-nari sendiri, misal kalau dirumah itu sering menari didepan rak piring biar nampak gerakan narinya heheheh. Kadang dikamar juda sering menari sendiri, jadi saya memang sangat suka nge-dance. Dalam Islam hukumnya tidak boleh, makanya saya tidak pernah untuk menunjukkan didepan umum. Misalnya seperti buat di tiktok tetapi terkadang juga pengen seperti orang-orang lain yang bebas menunjukkan tanpa khawatir dengan hal-hal itu, tapi saya sadar diri kalau itu ngga*

*baik. Makanya saya tidak menunjukkan kemampuan dance saya kepada yang lain.”<sup>59</sup>*

Menari dalam pandangan Islam dipandang tidak elok, terlebih yang melakukan adalah seorang wanita. Tarian dalam agama Islam hukumnya memang mubah, karena pada dasarnya tarian adalah hanya gerakan tubuh dan goyangan biasa seperti mengangkat tangan dan memutar-mutarkan kedua kaki. Namun jika dilakukan dengan berlebihan tentunya tidak bagus dan dipandang menjatuhkan martabat seseorang. Namun tarian atau yang disebut *dance* dalam dunia *K-Pop* memang tidak bisa dipisahkan, karena *dance* adalah bagian dan unsur untuk menjadi seorang idola *K-Pop*. Bahkan seorang idola harus menjaga bentuk tubuhnya agar terlihat bagus dan menarik pada saat melakukan *dance*. *Dance* yang dilakukan oleh idola *K-Pop* sangat tidak elok dipandang dalam agama Islam. Karena *dance* yang dilakukan tersebut sangat memperlihatkan bentuk tubuh, seperti memutar-mutar badan, loncat-loncat, menggoyangkan pinggul yang berlebihan bahkan beberapa diantaranya juga membuka baju pada saat nge-*dance*. Hal ini tentunya sangat bertentangan dengan agama Islam dimana atraksi tersebut juga termasuk mempertontonkan auratnya.

Dalam Surah al-Qur'an Surah Al-Isra ayat 37 Allah Swt. Berfirman:

وَلَا تَمْشِ فِي الْأَرْضِ مَرَحًا إِنَّكَ لَن تَخِرْقَ الْأَرْضَ وَلَن تَبْلُغَ الْجِبَالَ طَوْلًا

*Artinya: dan jangannlah kamu berjalan dimuka bumi dengan jalan al-marah, karena kamu sekali-kali tidak dapat menembus bumi dan sekali-kalkamu tidak akan setinggi gunung (QS. Al-Isra:37).*

Dalam tafsirnya Imam Al-Qurthubi menjelaskan maksud ayat tersebut adalah untuk mencela joget dan pelakunya. Dan ayat ini juga mencela

<sup>59</sup> Hasil wawancara dengan Hani *fandom Blink* pada tanggal 19 Juni 2022

kesombongan sedangkan joget itu dalah bentuk dengan jalan dengan ekspresi sangat-sangat senang dan penuh kesombongan.

*“Yang menjadi kendala bagi saya adalah ketika saya harus memilih antara K-pop dengan agama. Karena menurut saya kedua hal itu tidak bisa dipisahkan dari saya dan saya mencintai kedua hal tersebut. Saya mencintai blankpink karena saya suka musik, saya cenderung lebih suka musik yang jedag-jedug maksudnya musiknya yang heboh, karena itu membuat saya tambah semangat dalam melakukan segala pekerjaan saya. Namun saya juga tahu hukum musik dalam agama Islam. Nah ketika saya dihadapkan dengan hal tersebut saya tidak bisa memilih, karena saya sangat mencintai musik atau lagu-lagu yang dibawakan blankpink, saya tidak bisa kalau tidak mendengarkan lagu blackpink. Sambil mendengarkan saya juga sering menyanyikan lagu-lagu mereka, ketika saya merasa buntu dan tidak tahu mau memmbuat apalagi, saya akan mendengarkan musik dan dengan sendirinya otak saya nanti jalan lagi. Jadi pada saat saya sedang membuat tugas kuliah, saya selalu mendengarkan lagu mereka. Hal-hal seperti itulah yang menjadi kendala bagi saya, dan teman-teman juga sering menegur jangan sering-sering nan... nanti tambah parah lohh, cuman itu saja sih”<sup>60</sup>*

Dalam agama Islam hukum mendengarkan musik diperbolehkan. Musik yang diperbolehkan untuk dikonsumsi adalah musik yang masih dalam konteks Islam, seperti mendengarkan syair-syair, kasidah-kasidah yang mengandung pesan-pesan Islam. Namun akan berbeda hukumnya apabila mendengarkan musik-musik yang bukan musik beraliran Islam, palagi sampai menari-nari dan itu sangat tidak dibolehkan dalam agama Islam. Dalam al-Quran surah Al-lukman ayat 6 Allah Swt. Berfirman:

وَمِنَ النَّاسِ مَن يَشْتَرِي لَهْوَ الْحَدِيثِ لِيُضِلَّ عَن سَبِيلِ اللَّهِ بِغَيْرِ  
عِلْمٍ وَيَتَّخِذَهَا هُزُوًا أُولَٰئِكَ لَهُمْ عَذَابٌ مُّهِينٌ<sup>٦٠</sup>

<sup>60</sup> Hasil wawancara dengan Ananda *fandom Blink* pada tanggal 25 Juni 2022

*Artinya: Dan diantara manusia ada orang yangmmepergunaka percakapan kosong untuk mneyesatkan manusia dari jalan allah tanpa ilmu dan menjadikanya bahan olok-olok. Mereka itu akan memperoleh azab yang menghinakan.*

Dalam ayat tersebut Allah SWT. Menjelaskan bahwa sikap orang yang lebih senang mendengarkan hal lain dari pada mendengarkan al-Qur'an dan orang-orang yang suka membicarakan omong kosong untuk menyesatkan maka orang-orang tersebut akan kena azab yang menghinakan atas dirinya. Dari ayat tersebut jelas bahwa sebagai seorang muslim dan sebagai seorang penggemar *K-Pop* melakukan kedua hal tersebut secara berdampingan memang tidak bisa untuk dilakukan setiap saat karena *K-pop* dengan agama Isma memang tidak akan pernah bisa berjalan berdampingan.

### **3. Kendala yang dialami Penggemar *K-Pop* dalam Mengosiasikan diri fandom EXO-L**

Setiap penggemar *K-Pop* mengalami kendala yang berbeda-beda dalam menegosiakn dirinya. Karena seperti yang sudah diketahui agama Islam adalah agama yang memiliki peraturan-peraturan terhadap segala hal dalam kehidupan manausia . Sangat bertolak belakang dengan dunia idola *K-Pop*.

*“Saat ini kendala terbesar bagi saya kak adalah orang tua saya, kenapa saya bilang begitu? Karena orang tua saya sama sekali tidak mendukung saya dalam menjadi exo-l. Karena dimata mereka ini hobi yang sangat tidak berfaedah, tapi saya selalu bilang kepada orag tua saya kalau dengan menjadi exo-l saya jadi tambah semangat. Lagian selama ini saya tidak pernah minta yang aneh-aneh, walaupun saya membeli merch-merch-nya EXO ya itu memang uang tabungan sendiri. Tapi walau bagaimana pun saya bilang orang tua saya tetap tidak mendukung hobi saya ini. Jadi sampai sekarang saya menyukai ini sembunyi-sembunyi dari orang tua saya. Saya tidak marah kepada orang tua saya, tapi saya pengen orang tua saya mengerti kalo hobi anaknya ini. Tapi apalah daya*

*saya kan kak!, saya selalu dituntut untuk ini-itu yang terkadang membuat saya stress. Dalam segi ibadah saya palingan kendalanya itu salat subuh, karena kadang-kadang baekhyun nge-live nya tengah malam kan kak jadi kan ikut nonton, nanti subuhnya tidak saggup bangun, hehehe. Tapi selama ini tetap berusaha bangun kok. Tapi kalau orang tua saya memang sangat tidak mendukung sama sekali kak.*<sup>61</sup>

Penggemar menganggap bahwa kendala terbesar adalah orang tuanya, dalam agama Islam dijelaskan bahwa setiap anak wajib berbakti kepada orang tuanya dengan cara mematuhi apa yang diperintahkan orang tuanya, tetapi ketika anak tersebut melakukan hal yang tidak diinginkan oleh orang tuanya tentu akan membuat orang tua sakit hati dan merasa sedih. Walau secinta apapun terhadap sang idola tetapi yang harus diingat adalah cinta orang tua terhadap anaknya. Dan jasa orang tua yang tidak akan pernah bisa terbalas. Dalam al-Qur'an surah Al-Isra ayat 23 Allah Swt. Berfirman:

وَقَضَىٰ رَبُّكَ أَلَّا تَعْبُدُوا إِلَّا إِيَّاهُ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا ۖ إِمَّا يَبُلُغَنَّ  
عِنْدَكَ الْكِبَرَ أَحَدُهُمَا أَوْ كِلَاهُمَا فَلَا تَقُلْ لَهُمَا أُفٍّ وَلَا  
تَنْهَرُهُمَا وَقُلْ لَهُمَا قَوْلًا كَرِيمًا

*Artinya: Dan Tuhanmu telah memerintahkan supaya kamu jangan menyembah selain Dia dan hendaklah kamu berbuat baik pada ibu bapakmu dengan sebaik-baiknya. Jika salah seorang di antara keduanya atau kedua-duanya sampai berumur lanjut dalam pemeliharaanmu, maka sekali-kali janganlah kamu mengatakan kepada keduanya perkataan “ah” dan janganlah kamu membentak mereka dan ucapkanlah kepada mereka perkataan yang mulia.” (QS. Al Isra ayat 23).*

Dalam ayat tersebut Allah Swt. menjelaskan bahwa setiap anak wajib berbakti kepada kedua orang tuanya, jangan pernah sekalipun berkata “ah” kepada orang tua karena dapat melukai perasaan orang tua. Menjadi anak yang berbakti

<sup>61</sup>Hasil wawancara dengan Aradara *fandom Exo-1* pada tanggal 29 Juni 2022.

adalah salah satu perintah Allah dan harus dilaksanakan. Jika seorang anak tidak berbakti kepada orang tuanya maka anak tersebut menjadi anak durhaka dan kelak akan menerima azab dari Allah SWT. Dalam waktu beribada penggemar mengalami kesulitan dalam melaksanakan salat subuh karena bergadang untuk menonton konten idolanya. Setiap umat muslim wajib melaksanakan salat lima waktu dan merupakan salah satu kewajiban dalam beragama.

#### **D. Pembahasan**

Penelitian ini secara teoritis menggunakan konsep negosiasi diri. Negosiasi diri adalah suatu peristiwa yang berhubungan dengan komunikasi intrapersonal yang terjadi didalam diri seseorang. Negosiasi diri merupakan pertimbangan yang dilakukan oleh seseorang dalam mengambil keputusan terhadap dirinya berdasarkan peristiwa dan pengalaman yang dialami oleh dirinya sendiri tidak dalam keadaan tertekan ataupun dipaksa oleh pihak lain, namun berdasarkan logika yang sehat serta dengan mempertimbangkan manfaat kedepan untuk diri sendiri.

Konsep negosiasi diri dalam penelitian ini digunakan oleh penggemar *K-Pop fandom Army, Blink dan Exo-l* dalam mempertimbangkan dan mengontrol diri terhadap segala bentuk kegiatan ke-*fandom*-an dengan mempertahankan jati dirinya sebagai umat Islam dalam memamanajemenkan waktu. Salah satunya yaitu dengan tetap melaksanakan segala kewajiban dan aturan-aturan dalam agama Islam. Konsep negosiasi diri sangat dibutuhkan oleh penggemar *K-Pop* yang beragama Islam dalam memosisikan dirinya sebagai seorang penggemar *K-Pop*. Dengan adanya konsep negosiasi diri dapat membantu menjawab pertanyaan-

pertanyaan tentang penggemar yang sangat mencintai idolanya, dan yang menganggap idolanya adalah segalanya dalam hal apapun.

Dengan memahami konsep negosiasi diri, penggemar mengetahui bagaimana dalam memajemenkan waktu. Manajemen waktu sangat dibutuhkan oleh penggemar dalam melakukan kegiatannya sebagai seorang *K-Popers* dan juga sebagai umat muslim. Meskipun kedua hal tersebut tidak boleh berjalan berdampingan tetapi dengan adanya manajemen waktu, maka penggemar lebih disiplin dalam melaksanakan kewajibannya sebagai umat Islam dan juga sebagai mahasiswa. Manajemen waktu tercipta dengan adanya negosiasi diri oleh penggemar. Karena tujuan dari negosiasi diri tersebut adalah untuk melihat seberapa besar penggemar dapat memajemenkan waktunya tanpa harus menunda waktu ibadah dan melalaikan kewajiban sebagai mahasiswa.

Untuk mendapatkan hasil penelitian dari negosiasi diri penggemar *K-Pop* pada ketiga *fandom* tersebut dilakukan dengan proses wawancara pada setiap anggota *fandom* yang terpilih menjadi informan penelitian. Setiap penggemar memiliki hasil negosiasi diri yang berbeda-beda dan tergantung siapa yang diidolakan. Dalam wawancara dengan informan penulis menemukan bahwa setiap penggemar yang melakukan negosiasi diri tersebut ada beberapa faktor yang mempengaruhi penggemar pada saat melakukan negosiasi diri, diantaranya adalah faktor sifat, perilaku, dan lingkungan. Faktor sifat adalah sifat dari penggemar tersebut. Sedangkan perilaku adalah tingkah laku yang ditunjukkan penggemar pada saat melakukan negosiasi diri. Faktor lingkungan juga mempengaruhi

seorang penggemar dalam menegosiasikan dirinya, faktor lingkungan yang dimaksud adalah keluarga dan pertemanan.

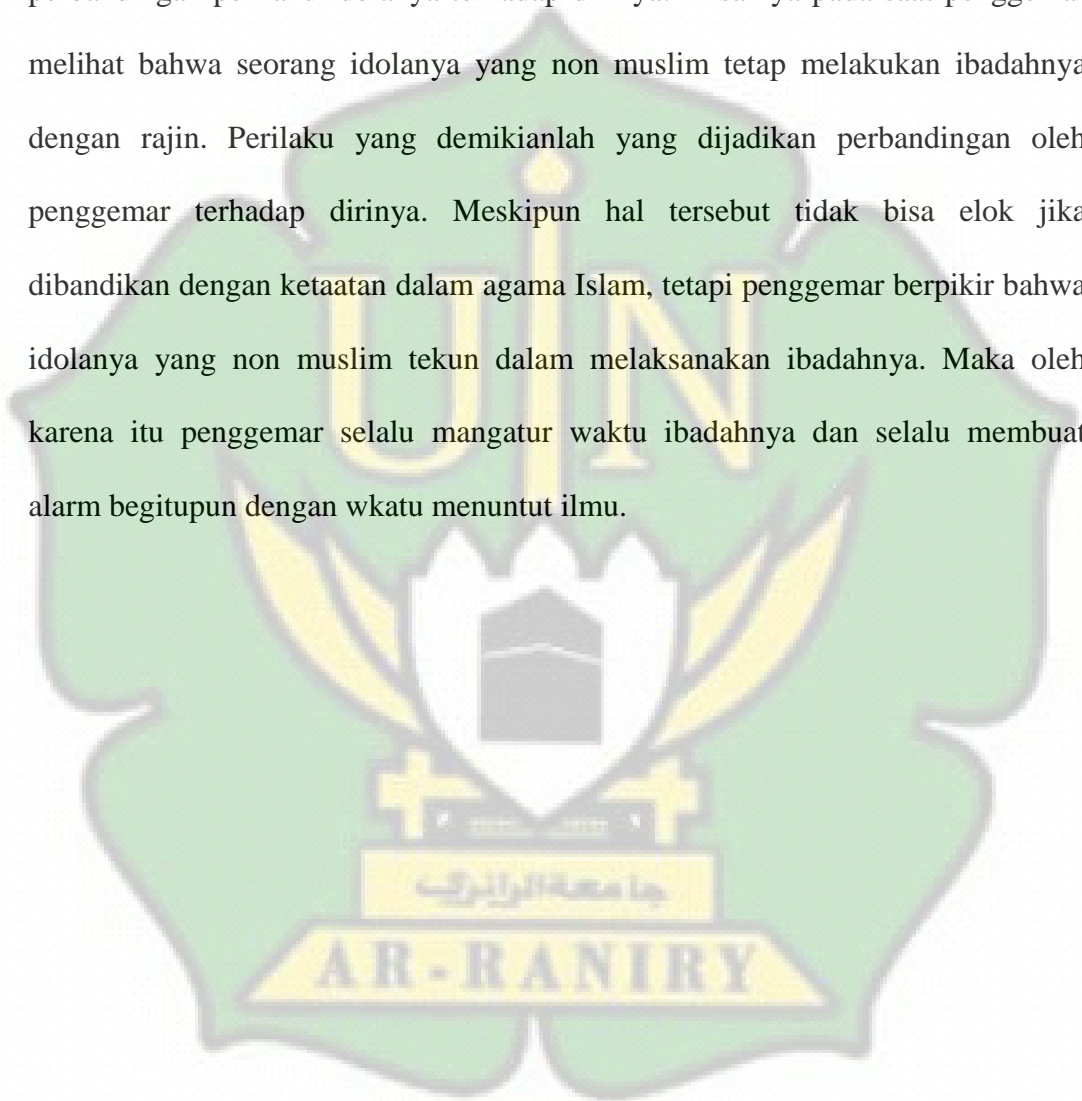
Penggemar *K-Pop fandom Army* menegosiasikan dirinya dalam memamanajemenkan waktu yaitu dengan cara membagi waktu siang dan malam. Pada pagi hari sampai petang penggemar melakukan segala aktivitas perkuliahan dan melaksanakan ibadah sesuai dengan waktunya, tetapi selingan dari waktu tersebut penggemar tetap memantau kegiatan idolanya melalui media sosial. Misalnya seperti melihat postingan-postingan di *Intragram* idolanya. Pada malam hari penggemar fokus melakukan kegiatan *fandom*-nya setelah melaksanakan salat *Insya*. Kegiatannya adalah menonton *variety show* idolanya dan melihat konten-konten *vlog* dari cahnnel You Tube Idolanya. Adapun pada hari libur kuliah penggemar sering kumpul-kumpul dengan teman sesama *Army* untuk membahas idola-idolnya.

*Fandom Blink* menegosiasikan dirinya dengan cara membuat segala bentuk kegiatan ke-*fandom*-annya menjadi sebuah motivasi. Motivasi yang dimaksud misalnya adalah dalam menuntut ilmu. Penggemar termotivasi untuk belajar lebih rajin karena penggemar melihat sisi positif dari idolanya yang sudah sangat namun tetap memprioritaskan pendidikannya. Dengan melihat hal tersebut penggeramr termotivasi untuk mengatur waktu lebih efisien, karena pennggemar sadar bahwa selama ini telah mebuang-buang waktu. Setiap umat muslim wajib menuntut ilmu terlebih ilmu tentang agama Islam. Selain itu penggemar juga menegosiasikan dirinya dengan menempat posisi dirinya diatas posisi idolanya. Penggemar selalu menegaskan kepada dirinya bahwa dirinyalah yang paling



utama walaupun penggemar sangat sayang terhadap idolanya tetapi penggemar tidak lupa bahwa menyanyayangi dirinya sendiri juga sangat penting.

*Fandom Exo-1* menegosiasikan dirinya dengan membuat sebuah perbandingan perilaku idolanya terhadap dirinya. Misalnya pada saat penggemar melihat bahwa seorang idolanya yang non muslim tetap melakukan ibadahnya dengan rajin. Perilaku yang demikianlah yang dijadikan perbandingan oleh penggemar terhadap dirinya. Meskipun hal tersebut tidak bisa elok jika dibandingkan dengan ketaatan dalam agama Islam, tetapi penggemar berpikir bahwa idolanya yang non muslim tekun dalam melaksanakan ibadahnya. Maka oleh karena itu penggemar selalu mengatur waktu ibadahnya dan selalu membuat alarm begitupun dengan waktu menuntut ilmu.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Negosiasi diri penggemar *K-Pop* yang dilakukan oleh *fandom Army*, *Blink* dan *Exo-l* dilakukan dengan cara yang berbeda-beda oleh setiap penggemar tergantung pada siapa yang diidolakan. Berdasarkan hasil penelitian mengenai Negosiasi diri Penggemar *K-Pop* *fandom Army*, *Blink* dan *Exo-l* dalam mememanajemenkan waktu (studi pada mahasiswa angkatan 2018 di Darussalam Banda Aceh), simpulannya adalah sebagai berikut:

1. Negosiasi diri yang dilakukan *fandom Army*, *Blink* dan *Exol* dalam mememanajemen waktu yaitu dengan mambagi waktu antara melakukan kegiatan *K-Popers* dengan melakukan kewajiban sebagai umat muslim dan sebagai mahasiswa. Kebanyakan penggemar melakukan kegiatan *K-Popers*-nya pada malam hari dan tidak sedang melakukan kegiatan perkuliahan atau ibadah. Kegiatan yang dilakukan adalah menonton *variety show* dan menonton konten-konten *vlog* sang idola.
2. Kendala *fandom Army*, *Blink* dan *Exo-l* dalam menegosiasikan dirinya adalah *fandom Army* mengalami kendala ketika *BTS* sedang melakukan siaran langsung atau sedang mengadakan konser, karena pada waktu kegiatan tersebut berlangsung selalu bertepatan dengan waktu salat magrib. Karena perbedaan waktu antara Korea Selatan dengan Indonesia yang berselisih 2 jam. Kendala *fandom Blink* adalah *dance*, penggemar tidak bisa menunjukkan tarian (*dance*) nya kepada orang lain. Karena

tarian yang dilakukan tersebut tidak boleh dalam agama Islam. Kendala *fandom Exo-1* adalah orang tua penggemar. Karena orang tua dari penggemar tidak mendukung hobinya sebagai seorang *K-Popers*.

## B. Saran

1. Sebagai seorang muslim tentunya harus lebih mengutamakan agama Islam walaupun *K-Popers* adalah hobi namun agama adalah segala-galanya. Intinya taat dalam beragama tidak hanya memprioritaskan salat lima waktu saja namun hal-hal lain seperti mengaji, menuntut ilmu dan berbakti kepada orang tua juga harus diprioritaskan.
2. Orang tua tidak seharusnya jadi sebuah kendala dalam melakukan hobi sebagai seorang *K-Popers* karena walau bagaimanapun orang tua tetaplah orang tua yang harus dihormati karena beliau yang telah membesarkan anaknya dari kecil hingga besar. Dan tidak sepatutnya orang tua dijadikan sebagai kendala terhadap hobi tersebut.
3. Jangan terlalu memikirkan kehidupan seorang idola. Karena walau bagaimanapun mereka hanyalah seorang *celebrity* di mana memikirkan seorang *celebrity* didunia adalah hal yang paling tidak penting untuk dilakukan. Jadi ketika pada saat idola hilang kabar atau tidak aktif dengan kegiatannya tidak perlu merasa khawatir dan tidak perlu untuk gelisah karena mereka juga mempunyai kehidupan pribadinya masing-masing.
4. Sadar diri dan sadar akan posisi seorang penggemar bahwa mereka memang tidak bisa untuk digapai. Jadi tidak perlu untuk berhalusianasi berlebihan.

## DAFTAR PUSTAKA

### Daftar Buku

- Abdurrahman Dudung. *Pengantar Metodologi Penelitian*. (Yogyakarta: Kurnia Kalam Semesta, 2003).
- Andi. *10 Model Penelitian dan Pengelohannya dengan SPSS 1*. (Semarang: Wahana Komputer, 2006).
- An-Nahlawi Abdurrahman. *Pendidikan Islam di Rumah, sekolah, dan Masyarakat, Terj. dari Ushulut Tarbiyyah wa Asalibiha fil Baiti wal Madrasati wal Mujtama oleh Sihabudin*. (Jakarta: Gema Insani, 1995).
- Arbi Armawati. *Komunikasi Intrapribadi Integrasi Komunikasi Spiritual, Komunikasi Islam, dan Komunikasi Lingkungan*. (Jakarta: Prenadamedia Group, 2019).
- Darajat Zakiah. *Pendidikan Islam dalam Keluarga dan Sekolah*. (Jakarta: CV. Ruhama, 1995), cet ke-2.
- Departemen Pendidikan Nasional. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Edisi Ketiga. (Jakarta: Balai Pustaka, 2007).
- Fajar Marhaeni. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktik*. (Yogyakarta, Graha Ilmu: 2009).
- Genyarandyono. *Korean Style*. (Jakarta: Majalah Sampul Remaja, 2012).
- George R. Terry dan Leslie W. Terry. *Principles of Management, terj. G.A. Ticoalu, Dasar-Dasar Manajemen*. (Cet. I; Jakarta: PT Bumi Aksara, 1992).
- Gwendelyn S. Nisbett. *Don't Mess with My Happy Place: Understanding Misogyny in Fandom Communities* dalam J. R Vickery dan T. Everbach (eds.) *Mediating Misogyny*, (Switzerland: Springer International Publishing AG, 2018).
- Hefni Harjani. *Komunikasi Islam*. (Jakarta; Prenadamedia Group, 2017).
- Husein al-Mujahid A. Thoha dan A. Atho'illah Fathoni al-Kholil. *Kamus Akbar Bahasa Arab Indonesia-Arab*. (Jakarta: Gema Insani, 2013).
- James A. F. Stoner, Charles Wankel. *Perencanaan dan Pengambilan Keputusan dalam Manajemen*. (Jakarta: Rineka Cipta, 1993).
- Liem. *Korean Idol*. (Yogyakarta: Ideaa Terra Media Pustaka, 2013).

- M.Echols John dan Hassan Shadily, *Kamus Inggris Indonesia*, (Jakarta: Gramedia, 2005), Cet. Ke-XXVI.
- Marcella Laurens Joyce. *Arsitektur dan Perilaku Manusia*. (Jakarta, PT Grasindo: 2005).
- Mulyana Deddy dan Solatun. *Metode Penelitian Komunikasi*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008).
- Mulyana Deddy. *Ilmu Komunikasi suatu pengantar*. (Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2014).
- Muslih dan Aat Syafaat, Sohari Sahrani. *Peranan Pendidikan Agama Islam dalam Mencegah Kenakalan Remaja (Juvenile Delinquency)*. (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008).
- Nasution Harun. *Islam Ditinjau dari Berbagai Aspeknya*. Jilid I, (Jakarta: UI-Press, 2015).
- Notoatmojo Soekidjo. *Kesehatan Masyarakat Ilmu dan Seni*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2011).
- Riswandi. *Psikologi Komunikasi*. (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013).
- Storey John. *Cultural Studies dan Kajian Budaya Pop*. (Yogyakarta: Jalasutra, 2007).
- Sungmin Choi. *BTS Heat Feel the Euphoria and Get Fever*. (Yogyakarta: Histeria, 2019).
- Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. (Jakarta: Balai Pustaka, 1988).
- Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. (Jakarta: Balai Pustaka, 1988).
- Yeon Sung Sang. *Korean Wave: Why are Asian Attracted to Koren Pop Culture* (Seoul: Jimoon Dang, 2008).
- Yuanita & Sari, *Korean Wave: Dari K-Pop Hingga Tampil Gaya Ala Korea*, (Yogyakarta: Ideaa Terra Media Pustaka, 2012).
- Zuriyah Nuzul. *Metodelogi Penelitian Sosial dan Pendidikan*. (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006).

### Daftar Jurnal

- Anntonius Athosoki Gea, “*Time Management: Menggunakan Waktu Secara Efektif dan Efesiens*”. (Jakarta: 2014), Jurnal Humaniora Vol.5, No.2.
- HR. Thobroni dalam Ash Shogir dan Al Awsath. Perowinya adalah perowi yang shahih kecuali Muhammad bin Maimun Al Khiyath, namun ia ditsiqohkan. Lihat Majma’ Az Zawaid no. 18021.
- Ibnu Daqi- qil ,,*Ied, Syarh Matan al-Arba“in al-Nawawiyyah*, terj. Tim al-Tibyan, Syarah} Hadis Arba“ In (Cet. VI; Solo: Al-Tibyan, 2009).
- Sinta Paramita Jeanette. *Makna Idola Dalam Pandangan Penggemar (Studi Komparasi Interaksi Parasosial Fanboy dan Fangirl ARMY Terhadap BTS)*. Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol.2. No.2.

### Daftar Skripsi/ Tesis/ Desertasi

- Abdul Wazib, Tesis, *Globalisasi Budaya Media dan Identitas: Muslimah K-Pop, Kesalehan Beragama dan praktik Budaya Populer*. (Yogyakarta: Universitas Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2020).
- Afaf Zakitah, Skripsi. *Fenomena Pergeseran Nilai–Nilai Religius Mahasiswa PAI UIN Malang Akibat Korean Wave (K-Pop Dan K-Drama)*. (Malang: UIN Malang, 2020).
- Auriza Safitri. Skripsi: *(Pengaruh Korean Pop Terhadap Perubahan Nilai Spiritual Pada Penggemar Komunitas A.R.M.Y Banda Aceh)*. (Banda Aceh: UIN Ar-raniry, 2020).
- Betsy Gooch. 2013. *The Communication of Fan Culture: The Impact of New Media on Science Fiction and Fantasy Fandom*. Georgia Institute of Technology. Thesis.
- Khairunnisa Dina. Skripsi: *Budaya K-Pop dan Kehidupan Sosisal Remaja*. (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2019).
- Mamiiek Sayyidatussalihah. Skripsi: *Perilaku Komunikasi Penggemar K-Pop (Studi tentang Fenomenologi tentang Perilaku Komunikasi Penggemar K-Pop sebagai Audiens Video Musik girlband Blackpink “Ddu du ddu du” di Uin Sunan Ampe)*. (Surabaya: UIS Sunan Ampel, 2019).
- Rastia Camang, Skripsi. *“Fenomena Pergeseran Nilai–Nilai Religius Mahasiswa Pai Uin Malang Akibat Korean Wave (K-Pop Dan K-Drama)*. (Parepare: IAIN Parepare, 2021)

### Daftar Website

Alif Rachmanda Ariyanto, *10 Istilah Fandom Blank Pink, Fans Sejati wajib tahu hal ini*, 8 Oktober 2021, <https://pedomantangerang.pikiran-rakyat.com/selebritas/pr-072757656/10-istilah-khusus-untuk-fandom-blackpink-fans-sejati-wajib-tau-hal-ini#>. (Diakses pada tanggal 19 Februari 2022).

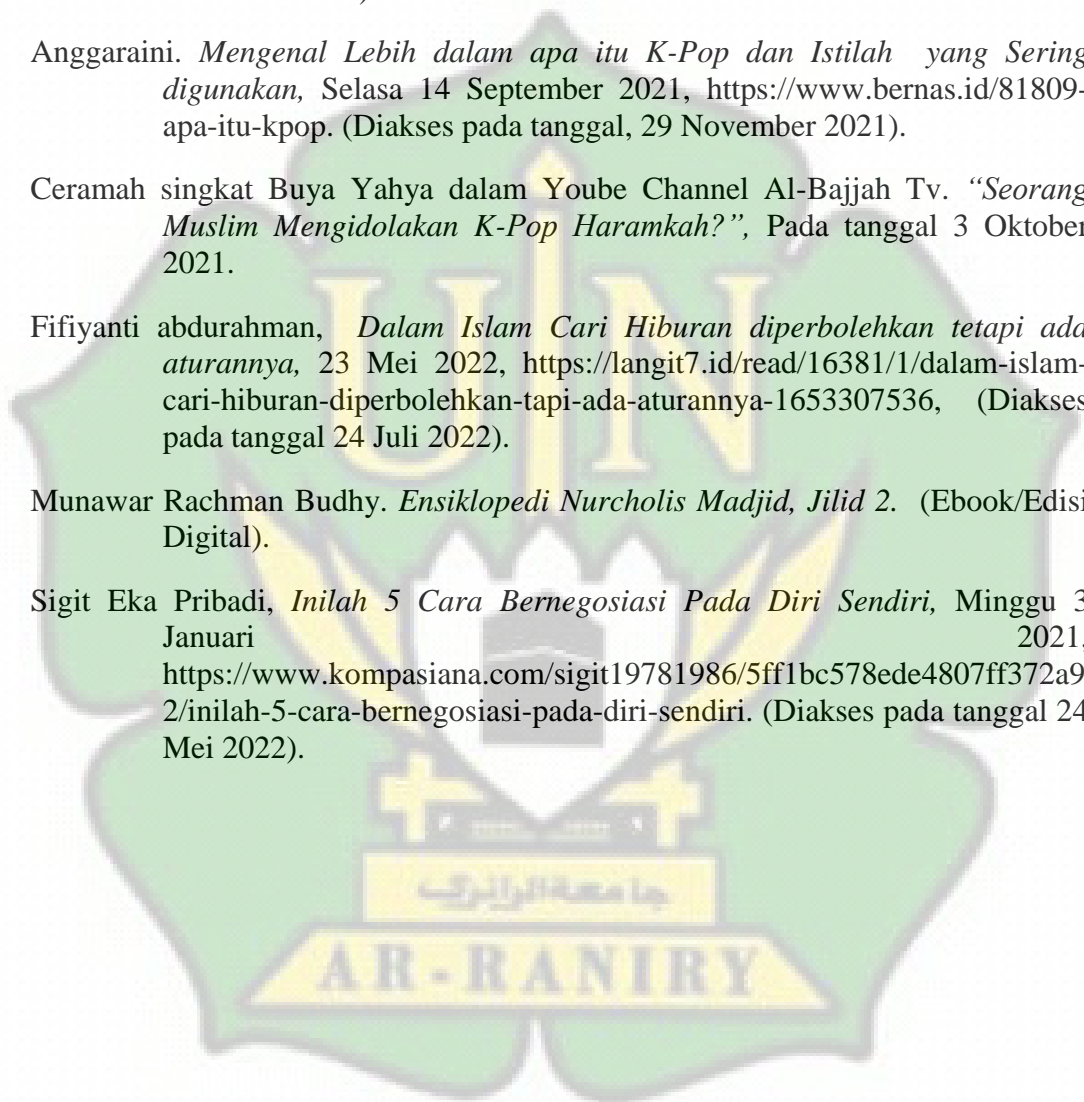
Anggaraini. *Mengenal Lebih dalam apa itu K-Pop dan Istilah yang Sering digunakan*, Selasa 14 September 2021, <https://www.bernas.id/81809-apa-itu-kpop>. (Diakses pada tanggal, 29 November 2021).

Ceramah singkat Buya Yahya dalam Yoube Channel Al-Bajjah Tv. “*Seorang Muslim Mengidolakan K-Pop Haramkah?*”, Pada tanggal 3 Oktober 2021.

Fifiyanti abdurahman, *Dalam Islam Cari Hiburan diperbolehkan tetapi ada aturannya*, 23 Mei 2022, <https://langit7.id/read/16381/1/dalam-islam-cari-hiburan-diperbolehkan-tapi-ada-aturannya-1653307536>, (Diakses pada tanggal 24 Juli 2022).

Munawar Rachman Budhy. *Ensiklopedi Nurcholis Madjid, Jilid 2*. (Ebook/Edisi Digital).

Sigit Eka Pribadi, *Inilah 5 Cara Bernegosiasi Pada Diri Sendiri*, Minggu 3 Januari 2021, <https://www.kompasiana.com/sigit19781986/5ff1bc578ede4807ff372a92/inilah-5-cara-bernegosiasi-pada-diri-sendiri>. (Diakses pada tanggal 24 Mei 2022).



6/14/22, 2:24 PM

Document



**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

Jl. Syekh Abdur Ruff Kopelma Darussalam Banda Aceh  
Telepon : 0651- 7557321, Email : [uin@ar-raniry.ac.id](mailto:uin@ar-raniry.ac.id)

Nomor : B.2186/Un.08/FDK-1/PP.00.9/06/2022  
Lamp : -  
Hal : *Penelitian Ilmiah Mahasiswa*

Kepada Yth,  
Fandom Army, Blink dan Exo-l

Assalamu'alaikum Wr,Wb.  
Pimpinan Fakultas Dakwah dan Komunikasi IIN Ar-Raniry dengan ini menerangkan bahwa:

Nama/NIM : **RIZKA AMALIA / 180401041**  
Semester/Jurusan : VIII / Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Alamat sekarang : Le Masen Kaye Adang

Saudara yang tersebut namanya diatas benar mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi bermaksud melakukan penelitian ilmiah di lembaga yang Bapak/Ibu pimpin dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul *Negosiasi diri penggemar K-pop fandom Army, Blink dan Exo-l terhadap ketu'atan dalam beragama*

Derrnikian surat ini kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama yang baik, kami mengucapkan terimakasih.

Banda Aceh, 14 Juni 2022  
an. Dekan  
Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan,



Berlaku sampai : 22 Juli 2022

Drs. Yusril, M.L.I.S.

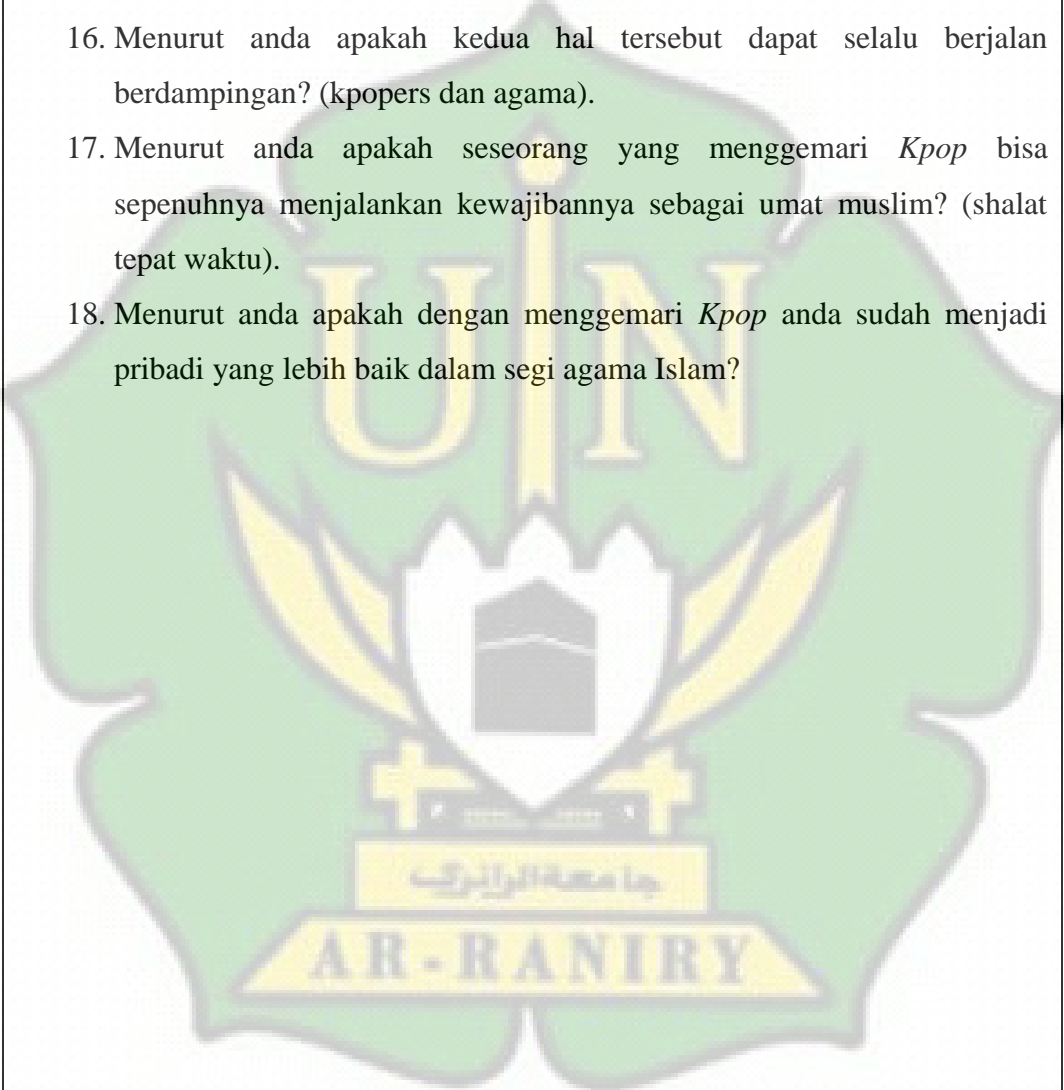


### Daftar Pertanyaan Wawancara

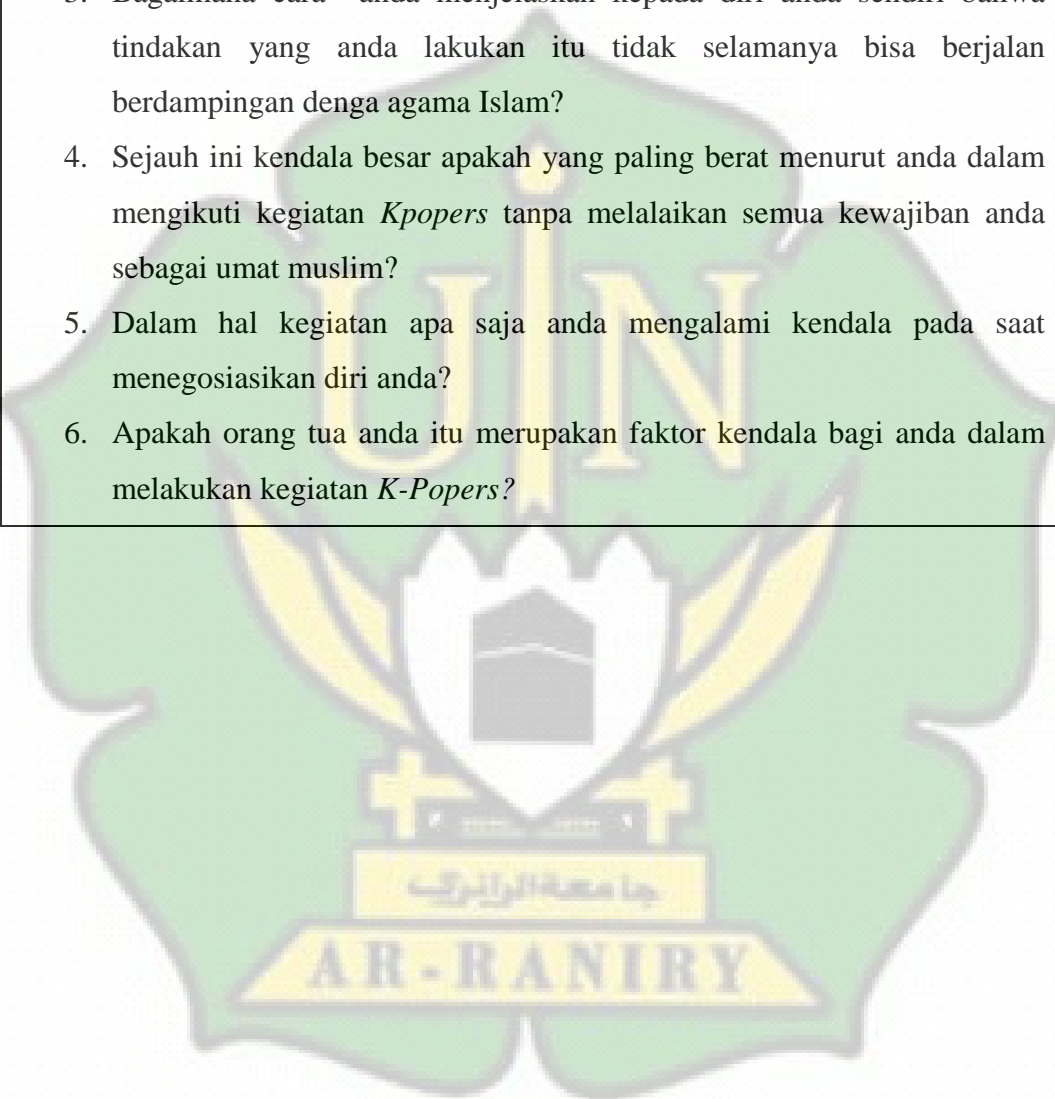
No	Daftar Pertanyaan
1	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apakah dengan menjadi penggemar <i>Kpop</i> dapat membuat perilaku (akidah) anda lebih baik?</li> <li>2. Apakah dengan mengikuti segala kegiatan ke-<i>fandom</i>-an tersebut dapat menyebabkan kelailan dalam beribadah?</li> <li>3. Bagaimana cara anda dalam memilah waktu pada saat melakukan kegiatan ke-<i>fandom</i>-an dan kewajiban dalam beragama?</li> <li>4. Bagaimana pandangan anda terhadap pendapat ulama yang mengatakan umat muslim tidak boleh mengidolakan seorang kafir? Sedangkan anda sendiri melakukan hal tersebut.</li> <li>5. Hal positif dan negatif apa saja yang anda dapatkan dari menggemari <i>K-Pop</i>!</li> <li>6. Bagaimana cara anda mengontrol diri ketika melakukan kegiatan <i>K-Popers</i> pada saat waktu harus beribadah?</li> <li>7. Bagaimana cara anda menegosiasikan diri anda pada saat menggemari <i>K-Pop</i> dengan kewajiban anda sebagai muslim?</li> <li>8. Apakah anda rela menunda ibadah anda demi menonton idola anda tersebut?</li> <li>9. Apakah anda pernah kesal pada saat ditegur oleh seseorang untuk melaksanakan ibadah sedangkan anda tengah menikmati konten idola anda?</li> <li>10. Perubahan apa saja yang anda alami setelah menjadi penggemar <i>K-pop</i> dalam segi agama Islam?</li> <li>11. Jika anda tengah mengikuti salah satu konser baik itu konser online ataupun offline dan dalam kondisi tersebut anda mendengar kabar bahwa salah satu kerabat anda meinggal dunia. Tindakan apa yang akan anda lakukan jika anda mengalami situasi tersebut?</li> <li>12. Apakah anda akan marah jika salah satu kerabat terdekat anda mengatai-ngatai idola anda? (misalnya seperti apasih bagusnya kpop itu? Dosa</li> </ol>

tahu lihat itu-itu terus!)

13. Sejauh ini apa yang paling anda sukai dari menggemar *K-pop*?
14. Sejauh ini apakah anda tahu hukum tentang mengidolakan seorang kafir?
15. Apakah pada saat anda berpuasa juga menonton konten idola anda?
16. Menurut anda apakah kedua hal tersebut dapat selalu berjalan berdampingan? (kpopers dan agama).
17. Menurut anda apakah seseorang yang menggemari *Kpop* bisa sepenuhnya menjalankan kewajibannya sebagai umat muslim? (shalat tepat waktu).
18. Menurut anda apakah dengan menggemari *Kpop* anda sudah menjadi pribadi yang lebih baik dalam segi agama Islam?



2	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Kendala apa saja yang anda alami pada saat melakukan kegiatan <i>K-Popers</i> dan kewajiban anda sebagai umat muslim?</li><li>2. Faktor apa saja yang membuat anda harus tetap memilih jadi penggemar <i>K-Pop</i>?</li><li>3. Bagaimana cara anda menjelaskan kepada diri anda sendiri bahwa tindakan yang anda lakukan itu tidak selamanya bisa berjalan berdampingan dengan agama Islam?</li><li>4. Sejauh ini kendala besar apakah yang paling berat menurut anda dalam mengikuti kegiatan <i>Kpopers</i> tanpa melalaikan semua kewajiban anda sebagai umat muslim?</li><li>5. Dalam hal kegiatan apa saja anda mengalami kendala pada saat menegosiasikan diri anda?</li><li>6. Apakah orang tua anda itu merupakan faktor kendala bagi anda dalam melakukan kegiatan <i>K-Popers</i>?</li></ol>
---	---

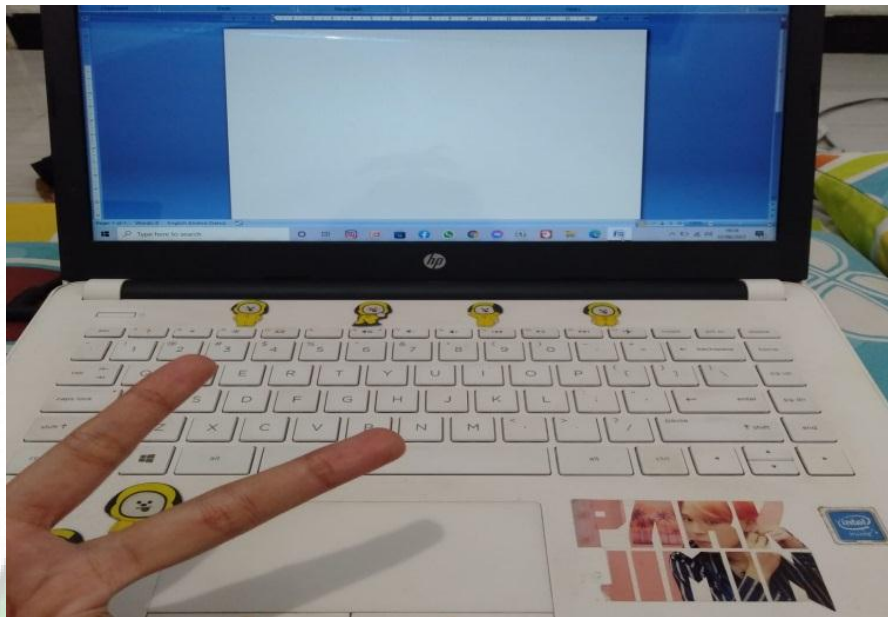


**DAFTAR GAMBAR**

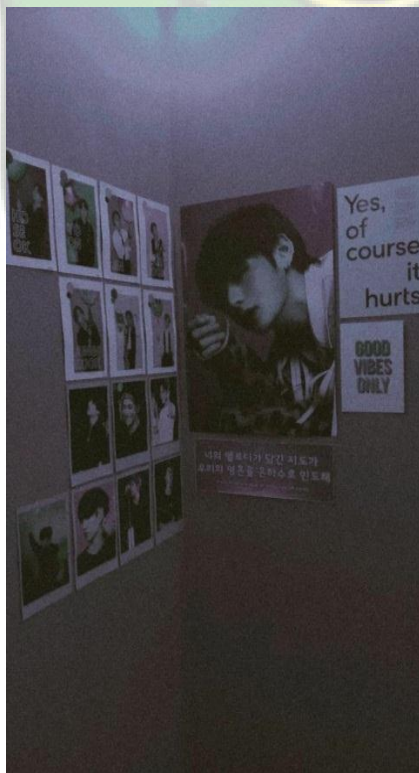
Gambar 1.1 Merchendes BTS *fandom Army*



Gambar 1.2. BT21 Merch BTS



Gambar 1.3. BT21 Merch BTS



Gambar 1.4. Poster BTS

Gambar 1.5. Merchendes BTS



Gambar 1.6. *Fandom Army* menonton *Live* BTS



Gambar 1.7. Foto pada saat wawancara dengan *fandom Army*



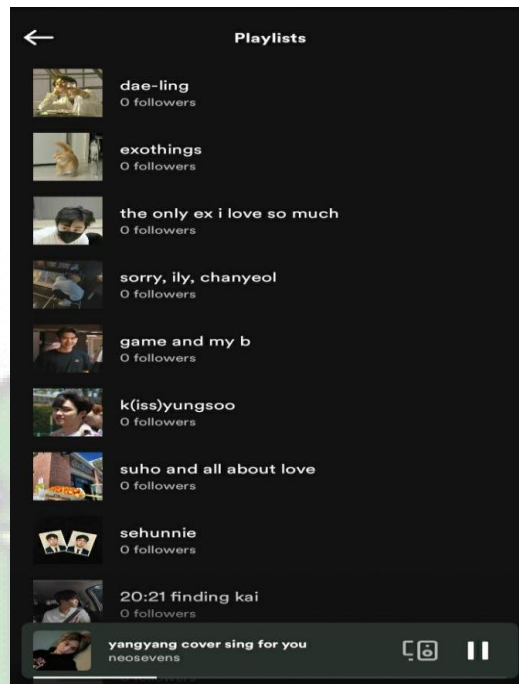
Gambar 1.8. Foto pada saat wawancara dengan *fandom Army*



Gambar 2.1. Merayakan *Kai EXO* Ulang Tahun



Gambar 2.2. Boneka dan Merch *Xiumin EXO*

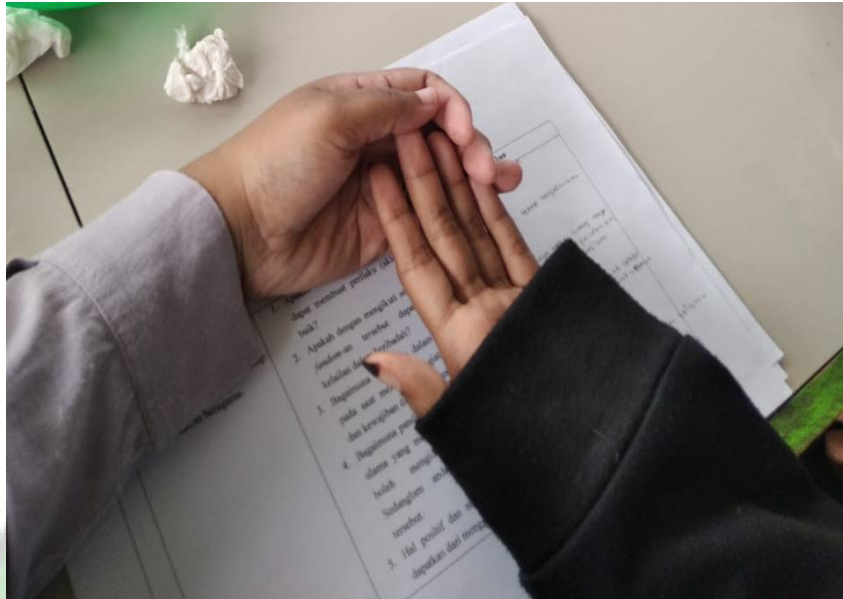


Gambar 2.3. Playlist lagu EXO *fandom* EXO-L



Gambar 2.4. Foto pada saat wawancara dengan *fandom* Exo-l





Gambar 2.5. Foto pada saat wawancara dengan *fandom Exo-1*



Gambar 3.1. Cardigan yang serupa dipakai Lisa *Blankpink*



Gambar 3.2. Hoodie yang serupa dipakai Rose *Blankpink*



Gambar 3.3. Foto pada saat wawancara dengan *fandom Blink*



Gambar 3.4. Foto pada saat wawancara dengan *fandom Blink*