

Menegosiasikan Aspirasi Global dan Keterikatan Lokal: Analisis Sosiologis tentang K-Pop, Ikatan Emosional, dan Performativitas Identitas Remaja di Ambon

Negotiating Global Aspirations and Local Belonging: A Sociological Analysis of K-Pop, Emotional Attachment, and Youth Identity Performance in Ambon

 <https://doi.org/10.30598/vol17iss1pp87-104>

Gadrimon Matayane^{1*}, Yunus Rahawarin²

¹Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pattimura, Ambon 97233, Indonesia

²Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pattimura, Ambon 97233, Indonesia

*gadrimonmatayane33@gmail.com

Abstract

This study explores how adolescents in Ambon construct self-identity through the internalization of Korean popular culture (K-Pop) while maintaining ties to their local social context. Employing a qualitative approach—including participant observation, in-depth interviews, and digital ethnography—this research investigates how global aspirations, manifested through K-Pop fandom, changes in appearance, and participation in fan communities, are transformed into meaningful emotional and social expressions in everyday life. The findings reveal that youth identity performance is not passive imitation but a conscious negotiation of global cultural values with local religious, communal, and social norms. The study's novelty lies in its geographic focus on Eastern Indonesia—an underrepresented site in popular culture studies—and its integration of affective sociology and youth cultural agency to frame glocalization as both an emotional and performative process. This research offers a significant contribution to cultural and emotional sociology by illuminating the active role of youth in reshaping identity through global media flows, while also providing conceptual grounding for more inclusive educational and cultural policy that reflects the complex dynamics of youth expression in a globalized era.

Keywords: K-Pop, Youth Identity, Glocalization, Cultural Sociology, Emotional Attachment

Info Artikel

Naskah diterima: 07/07/2022

Revisi terakhir: 25/09/2022

Disetujui: 05/10/2022

Copyright © by the Authors

This work is licensed under Creative Commons Attribution
License 4.0 CC-BY International license



PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, gelombang budaya populer Korea Selatan atau yang lebih dikenal dengan istilah K-Pop telah menjadi fenomena global yang tak terbendung (Bahagia et al., 2022; Ikhsano & Sianipar, 2021). Dari Seoul hingga São Paulo, dari London hingga Ambon, dentuman lagu boy group dan girl group Korea menggema bukan hanya melalui speaker, tetapi juga melalui gaya hidup, cara berpikir, dan cara remaja di berbagai belahan dunia menafsirkan dirinya (Kim et al., 2022). Di Kota Ambon, kota pesisir yang kaya akan sejarah kolonial dan tradisi komunal Maluku, K-Pop menjelma menjadi sesuatu yang lebih dari sekadar hiburan. Ia hadir sebagai ruang simbolik yang memungkinkan anak muda merumuskan siapa mereka, ingin menjadi apa, dan kepada siapa mereka merasa terhubung.

Namun, di balik semaraknya fandom K-Pop di kota ini, ada realitas sosial yang tak bisa diabaikan. Ambon bukanlah metropolitan seperti Jakarta atau Seoul. Ia adalah kota dengan

struktur sosial yang masih kuat ditopang oleh nilai-nilai agama, adat, dan identitas kolektif yang khas. Dalam ruang semacam ini, ketertarikan pada K-Pop tidak terjadi dalam ruang hampa, melainkan dalam ruang yang sarat dengan tafsir, penyesuaian, dan negosiasi. Pertanyaannya bukan lagi sekadar “mengapa remaja menyukai K-Pop”, melainkan bagaimana mereka memaknai dan menghidupi kecintaan itu dalam keseharian yang juga diwarnai tuntutan sosial dan kultural lokal. Fenomena ini menjadi penting untuk ditelaah karena ia mencerminkan perubahan bentuk keterikatan sosial generasi muda serta dinamika identitas dalam arus globalisasi budaya yang terus bergerak.

Sejumlah penelitian telah mengangkat tema serupa dari berbagai sudut pandang. Y. Lee (2022) and Yoon (2019) membahas bagaimana ekspansi budaya Korea di Asia Tenggara dipengaruhi oleh strategi industri kreatif negara. Faisal et al. (2020), Marsinondang & Dewi (2022), dan Waskito & Fauzan (2021) menekankan pentingnya soft power dalam menyebarkan K-Pop secara global, sementara Septiani et al. (2022) melihat K-Pop sebagai komodifikasi aspirasi anak muda dalam konteks kapitalisme transnasional. Di tingkat praktik fandom, Cheryah & Hadi (2022), Y. L. Lee et al. (2020), dan Mulya (2021) menunjukkan bahwa fandom bukan hanya soal konsumsi, tapi juga produksi makna dan komunitas. Dalam konteks Indonesia, Langit et al. (2019) dan Zulkarnain & Suharyono (2022) telah mengamati pergeseran identitas pemuda yang dipengaruhi oleh arus media global. Penelitian lokal seperti karya Fibrianto et al. (2020) dan Utomo & Pandin (2021) juga menyoroti bagaimana pemuda Indonesia memaknai budaya populer dalam kerangka lokalitas, gender, dan kelas sosial.

Sementara itu, studi mengenai fandom K-Pop di Indonesia banyak berfokus pada kota-kota besar di Pulau Jawa. Andini & Akhni (2021) menelusuri ekspresi fandom K-Pop di kalangan mahasiswa Jakarta, sedangkan Safithri et al. (2020) meneliti performativitas gender dalam komunitas penggemar di Yogyakarta. Penelitian oleh Purba et al. (2022) menunjukkan bahwa ruang digital menjadi medium utama interaksi antar-fans, dan bahwa ikatan emosional terhadap idola memengaruhi bentuk relasi sosial yang terbentuk. Penelitian lain seperti oleh Novalika & Kartasmita (2022) dan Scott-Maxwell (2020) mengungkapkan adanya kontestasi antara nilai-nilai lokal dan budaya global dalam pengalaman remaja. Namun, sebagian besar studi ini masih berkuat pada isu representasi budaya atau konsumsi media, belum banyak yang menyentuh aspek afeksi, emosi, dan keterikatan sosial yang muncul dalam praktik fandom secara kontekstual.

Literatur mengenai glokalisasi budaya—sebagaimana diulas oleh Roudometof (2019b, 2019a), dan Roudometof & Dessì (2022)—telah banyak menyoroti proses pertemuan antara arus budaya global dan respon lokal. Namun, pertemuan ini jarang dibaca dalam lensa sosiologi emosi. Padahal, seperti dikemukakan oleh Belamghari (2020), Cleveland & Bartsch (2019), dan Souldard et al. (2019), emosi memainkan peran penting dalam mengikat individu pada nilai-nilai, komunitas, dan identitas. Dengan demikian, keterlibatan emosional para remaja terhadap idola K-Pop bukan hanya soal hiburan atau estetika, melainkan juga tentang pencarian makna, koneksi afektif, dan pengakuan dalam lanskap sosial yang lebih luas. Di

sinilah sosiologi emosi menjadi alat analisis yang relevan untuk menjelaskan dinamika relasional antara remaja, komunitasnya, dan dunia yang lebih besar.

Dalam konteks ini, remaja Ambon menawarkan potret yang unik sekaligus menantang. Mereka hidup di antara dua kutub: satu sisi ingin menjadi bagian dari dunia global yang modern dan transnasional, sisi lain ingin tetap terhubung dengan identitas lokal yang penuh makna—baik dalam bentuk relasi sosial komunal, nilai agama, maupun struktur budaya yang khas. Negosiasi antara dua ruang ini tak pernah sederhana, dan di sanalah pengalaman mereka menjadi menarik untuk dikaji lebih dalam. Fenomena ini tak hanya memberi gambaran tentang bagaimana budaya populer bekerja, tetapi juga membuka jendela untuk memahami bagaimana identitas, afeksi, dan agensi remaja dibentuk dan dipraktikkan secara kreatif.

Meskipun kajian mengenai K-Pop dan remaja telah berkembang luas, masih terdapat ruang kosong dalam memahami bagaimana emosi dan keterikatan personal berinteraksi dengan tuntutan lokal dalam konstruksi identitas. Terutama di luar pusat-pusat urban besar, masih sedikit penelitian yang memberi ruang bagi pengalaman remaja di wilayah-wilayah seperti Ambon—di mana budaya global tidak sekadar diadopsi, melainkan juga dipertimbangkan, disesuaikan, bahkan dipertentangkan dengan narasi lokal yang hidup. Selain itu, pendekatan yang menggabungkan teori performativitas identitas, agensi kultural, dan sosiologi emosi secara simultan masih jarang digunakan dalam membaca praktik fandom K-Pop secara kontekstual di Indonesia bagian timur.

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya menyoroti popularitas K-Pop di kalangan remaja Ambon, tetapi lebih jauh memetakan bagaimana proses afeksi, rutinitas fandom, dan performativitas identitas beroperasi dalam relasi sosial yang spesifik. Penelitian ini membuka pemahaman baru bahwa fandom bisa menjadi ruang di mana remaja melakukan negosiasi kultural dan pencarian eksistensial yang kompleks—bukan sekadar penggemar estetis. Di sinilah terletak tawaran segar dari studi ini: pembacaan yang lebih peka secara afektif dan sosial terhadap fenomena budaya populer yang selama ini cenderung dibaca dalam kerangka representasi atau ekonomi semata.

Dengan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana remaja di Kota Ambon memaknai dan menginternalisasi budaya populer Korea dalam proses pembentukan identitas mereka, serta bagaimana keterlibatan emosional, praktik komunitas fandom, dan performativitas identitas menjadi ruang sosial untuk menegosiasikan aspirasi global dan keterikatan lokal. Fokus ini diharapkan mampu memberikan kontribusi baru dalam kajian sosiologi budaya dan emosi, serta memperluas cakupan studi K-Pop di Indonesia dengan menjangkau pengalaman remaja di luar pusat-pusat dominan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kualitatif interpretatif berbasis etnografi digital dan observasi partisipatif. Pilihan metodologis ini

berangkat dari pemahaman bahwa identitas remaja, khususnya dalam konteks keterlibatan terhadap budaya populer seperti K-Pop, tidak dapat diurai hanya melalui data statistik atau survei tertutup. Identitas bukanlah entitas tetap, melainkan proses yang terus-menerus dinegosiasikan melalui pengalaman, emosi, dan relasi sosial dalam konteks budaya yang spesifik (Caliandro, 2018; Ritter, 2022). Karena itu, untuk menangkap proses performatif dan afektif dalam interaksi sosial remaja, dibutuhkan pendekatan yang mampu menggali makna subjektif dan narasi personal yang tersembunyi di balik praktik sehari-hari.

Lokasi penelitian dipilih secara purposif, yaitu Kota Ambon, Maluku, yang secara sosiokultural merupakan ruang yang kaya akan warisan lokal namun dalam dekade terakhir semakin terpapar oleh budaya global, termasuk K-Pop. Ambon menawarkan konfigurasi sosial yang kompleks: di satu sisi masih sangat kuat dengan ikatan komunal, nilai adat, dan pengaruh agama, namun di sisi lain terbuka terhadap arus informasi global melalui media sosial dan teknologi digital. Di sinilah Ambon menjadi menarik untuk dikaji—ia bukan representasi pusat modernitas, tetapi juga bukan pinggiran yang terputus. Ia berada dalam transisi, dan remajanya merupakan aktor aktif dalam dinamika itu. Pilihan terhadap Ambon juga dimaksudkan sebagai bentuk upaya mendekonstruksi bias geografis dalam penelitian budaya populer di Indonesia, yang selama ini lebih terpusat di wilayah metropolitan seperti Jakarta, Surabaya, atau Bandung (Caliandro, 2018; Dewi, 2022).

Informan dalam penelitian ini terdiri dari 15 orang remaja berusia 15 hingga 22 tahun, yang secara aktif terlibat dalam komunitas fandom K-Pop, baik dalam bentuk daring maupun luring. Informan dipilih secara purposif dengan mempertimbangkan keberagaman gender, latar belakang sosial, dan afiliasi kultural. Mereka adalah anggota komunitas penggemar K-Pop yang mengikuti aktivitas seperti dance cover, fan gathering, watching party, hingga interaksi digital melalui grup WhatsApp, Instagram fanbase, dan Twitter komunitas. Para informan bukan hanya “penggemar biasa”, tetapi juga agen aktif yang mengorganisasi, membentuk narasi, dan menafsirkan makna keterlibatan mereka dalam fandom. Keputusan untuk memilih remaja dari spektrum partisipasi yang beragam ini bertujuan untuk menangkap spektrum praktik identitas dan performativitas secara lebih holistik.

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga metode utama: observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan etnografi digital. Observasi partisipatif dilakukan dengan menghadiri berbagai kegiatan komunitas fandom K-Pop di Ambon, baik yang bersifat formal seperti kompetisi dance cover, maupun informal seperti nongkrong komunitas di kafe. Peneliti membaur sebagai pengamat-partisipan agar dapat merasakan secara langsung dinamika interaksi dan ekspresi identitas para remaja, sekaligus membangun kepercayaan dengan informan agar data yang diperoleh lebih otentik (Nascimento et al., 2022; Roock, 2020). Wawancara mendalam dilakukan terhadap seluruh informan dengan durasi antara 60–90 menit per sesi, difokuskan pada pengalaman personal, narasi emosional, dan refleksi mereka terhadap keterlibatan dalam fandom. Wawancara berlangsung secara fleksibel dan dialogis, agar informan merasa nyaman untuk mengungkapkan kisah dan perasaan mereka tanpa tekanan formalitas.

Metode etnografi digital dilakukan untuk melacak aktivitas para informan di dunia maya, khususnya di media sosial yang menjadi medium utama interaksi komunitas K-Pop. Peneliti mengikuti beberapa akun fanbase lokal dan nasional, mengamati pola interaksi, penggunaan simbol, bahasa, serta narasi yang beredar dalam komunitas tersebut. Pendekatan ini mengacu pada konsep connective ethnography, yang mengintegrasikan pengalaman daring dan luring sebagai dua ruang sosial yang saling berkelindan. Dengan cara ini, proses pembentukan identitas remaja dapat ditelusuri secara lebih menyeluruh sebagai praktik yang berlangsung lintas ruang (Nascimento et al., 2022).

Untuk menjaga validitas dan kredibilitas data, proses triangulasi dilakukan melalui perbandingan lintas sumber dan lintas metode. Data yang diperoleh dari wawancara dibandingkan dengan hasil observasi serta dokumentasi interaksi daring. Selain itu, dilakukan juga member checking, yaitu mengonfirmasi interpretasi data kepada informan utama untuk memastikan bahwa analisis yang dibangun sesuai dengan makna yang mereka maksudkan (Jensen et al., 2022). Peneliti juga secara reflektif mencatat posisi dan keterlibatan dirinya dalam catatan lapangan, guna menjaga transparansi proses interpretasi dan menghindari bias subjektif berlebihan.

Seluruh data dianalisis dengan pendekatan tematik, dengan fokus pada kategori utama seperti keterikatan emosional terhadap idola, dinamika komunitas fandom, performativitas identitas, dan negosiasi nilai lokal-global (Muskat et al., 2018). Analisis dilakukan secara induktif dan reflektif, dengan mempertimbangkan konteks kultural, simbolik, dan emosional dari tiap pengalaman yang dikisahkan oleh informan. Pendekatan ini memungkinkan artikulasi makna yang tidak selalu eksplisit di permukaan, namun penting dalam memahami cara remaja menghidupi identitas mereka melalui praktik budaya populer.

HASIL DAN PEMBAHASAN

K-Pop sebagai Ruang Aspirasi Global: Mimpi, Representasi, dan Imajinasi Diri Remaja Ambon

Bagi banyak remaja di Ambon, K-Pop bukan sekadar hiburan yang menyenangkan, melainkan jendela yang membuka imajinasi mereka terhadap dunia luar—dunia yang lebih luas, lebih modern, dan penuh kemungkinan. K-Pop menjadi ruang aspirasi, tempat di mana mereka tidak hanya mengagumi para idola dari kejauhan, tetapi juga membayangkan diri mereka sendiri sebagai bagian dari narasi global yang lebih besar. Para idola K-Pop seperti BTS, BLACKPINK, atau EXO tidak hanya tampil sebagai selebritas, tetapi sebagai representasi dari profesionalisme, estetika sempurna, kerja keras, serta kesuksesan yang diraih dari perjuangan panjang. Nilai-nilai inilah yang diam-diam menjadi cermin ideal bagi para penggemar muda di Ambon untuk membentuk versi “diri” yang lebih kuat, lebih berdaya, dan lebih diakui.

Dalam beberapa wawancara yang dilakukan, para informan remaja mengungkapkan bahwa mereka merasa termotivasi oleh cerita-cerita perjuangan para idola K-Pop yang berasal dari keluarga sederhana dan berhasil mencapai ketenaran internasional melalui kerja

keras dan latihan yang disiplin. Salah satu informan, N (17 tahun), menyampaikan bahwa dirinya mulai belajar bahasa Korea secara otodidak bukan hanya karena ingin memahami lirik lagu, tetapi karena merasa ada kemungkinan suatu hari ia bisa pergi ke Korea atau bekerja di dunia hiburan. Dalam tuturannya, tersirat adanya proses internalisasi aspirasi yang sangat personal, namun berakar dari narasi-narasi global yang ditampilkan K-Pop. Bagi N, mencintai K-Pop bukan sekadar menyukai musik, tetapi juga sebuah proyek jangka panjang untuk memperbaiki diri dan membayangkan kehidupan yang lebih luas dari realitas Ambon yang ia kenal sehari-hari.

Proses aspiratif ini sejalan dengan apa yang disampaikan Goodley et al. (2018), bahwa emosi yang dirasakan individu—seperti kekaguman, semangat, harapan—bukanlah entitas privat, melainkan bagian dari infrastruktur afektif global yang membentuk cara individu merasa, berpikir, dan berkehendak dalam sistem dunia yang terhubung secara transnasional. Dalam konteks ini, keinginan remaja Ambon untuk menjadi seperti idola K-Pop, atau bahkan hanya merasa terhubung secara emosional dengan mereka, merupakan bentuk partisipasi dalam sistem nilai dan aspirasi global yang dikonstruksikan melalui media dan budaya populer. Emosi, dengan demikian, menjadi medium keterhubungan global yang memungkinkan individu dari tempat yang jauh dan secara struktural termarginalkan, merasa memiliki tempat dalam dunia yang lebih besar.

Observasi lapangan yang dilakukan pada salah satu event K-Pop dance cover competition di sebuah pusat perbelanjaan di pusat Kota Ambon memperkuat narasi ini. Di sebuah panggung kecil dengan dekorasi yang meriah, tampak sekelompok remaja laki-laki dan perempuan tampil dengan penuh percaya diri menirukan koreografi dari grup idola mereka. Dengan riasan wajah yang artistik, kostum yang disesuaikan dengan video klip aslinya, dan sorak sorai dari komunitas penggemar yang datang khusus untuk menonton, suasana seolah menjadi rekaan kecil dari konser K-Pop di Seoul. Meskipun panggungnya tidak besar, ekspresi para peserta begitu serius dan penuh totalitas—menunjukkan bahwa bagi mereka, momen tersebut bukan hanya pertunjukan, tetapi bentuk artikulasi dari mimpi dan identitas mereka. Salah satu peserta, L (18 tahun), setelah tampil, terlihat duduk bersama teman-temannya sambil menonton ulang video rekaman penampilannya dengan wajah penuh bangga. Ia menyebut bahwa tampil di acara itu seperti “megang panggung sendiri” dan “kayak di dunia mereka”, meskipun ia sadar bahwa panggung itu berada jauh dari pusat-pusat dunia hiburan global.

Fenomena ini mencerminkan bahwa aspirasi global tidak hadir sebagai benturan terhadap identitas lokal, tetapi justru menawarkan ruang simbolik baru yang memungkinkan para remaja mengekspresikan harapan dan versi ideal diri mereka. Dalam istilah Åhäll (2018), ada semacam *imagined community* transnasional yang terbentuk di antara penggemar K-Pop, di mana seseorang bisa merasa menjadi bagian dari sesuatu yang lebih besar dari dirinya sendiri—bahkan tanpa harus berpindah tempat. Imajinasi kolektif inilah yang memberi ruang bagi remaja di Ambon untuk memproyeksikan kehidupan di luar batas geografis mereka, membayangkan masa depan yang lebih luas, sekaligus menyusun narasi personal yang

bercorak global.

Namun perlu dicatat, aspirasi ini tidak hadir dalam ruang hampa. Ia terwujud dalam konteks sosial lokal yang memiliki batasan tersendiri, baik secara ekonomi, budaya, maupun religius. Di sinilah ruang aspirasi tersebut menjadi penting: ia bukan janji instan tentang perubahan, tetapi arena simbolik tempat harapan, emosi, dan identitas dapat dibentuk dan dinegosiasikan. Dalam proses ini, K-Pop menjadi instrumen kultural yang membuka kemungkinan baru bagi pemuda untuk membayangkan hidup yang lebih baik, lebih global, dan lebih “mereka sendiri”.

Keterikatan emosional remaja Ambon terhadap K-Pop memperlihatkan bahwa budaya populer bisa berfungsi sebagai sarana ekspresi aspirasi afektif dalam lanskap global. Ia tidak sekadar menjadi komoditas hiburan, tetapi juga infrastruktur emosional yang memungkinkan mobilitas simbolik dan penguatan identitas dalam situasi yang penuh keterbatasan. Melalui K-Pop, remaja menemukan cara untuk membayangkan—dan sesekali mewujudkan—versi terbaik dari diri mereka, sekalipun hanya sebentar, di atas panggung kecil di pusat kota Ambon.

Komunitas Fandom sebagai Arena Sosial dan Emosional: Membangun Koneksi, Solidaritas, dan Agensi

Bagi remaja penggemar K-Pop di Ambon, komunitas fandom bukan sekadar tempat berkumpul untuk menyukai hal yang sama, melainkan menjadi ruang sosial yang hidup dan dinamis, tempat mereka merasa diterima, dimengerti, dan punya suara. Di tengah tekanan norma sosial yang masih kuat dan keterbatasan ruang publik ekspresif bagi remaja, komunitas ini tumbuh sebagai alternatif penting bagi aktualisasi diri dan solidaritas afektif. Melalui aktivitas seperti dance cover, berbagi konten digital, membuat merchandise, hingga berdiskusi tentang isu-isu sosial di balik industri K-Pop, para remaja tidak hanya menjadi konsumen budaya populer, tetapi juga aktor budaya yang aktif, reflektif, dan kreatif.

Salah satu kegiatan komunitas fandom yang diamati peneliti berlangsung di sebuah studio tari kecil di kawasan Sirimau, Ambon, yang disewa setiap akhir pekan oleh komunitas GalaxyBlue, salah satu fanbase lokal dari grup BTS. Studio tersebut terletak di lantai dua bangunan semi-permanen, berdinding triplek, dengan lantai kayu yang sudah mulai usang dan cermin panjang yang sedikit retak di bagian pinggir. Meski fasilitasnya terbatas, suasananya sangat hidup: dentuman musik dari speaker portabel memenuhi ruangan, dan remaja-remaja dengan semangat tinggi saling membetulkan gerakan satu sama lain. Mereka tidak datang untuk berkompetisi, melainkan untuk berbagi semangat, mengulang gerakan dengan telaten, dan saling menyemangati. Di sinilah solidaritas sosial terbentuk—melalui ritme, keringat, dan tawa yang dibagi bersama.

Pengalaman seperti ini memperlihatkan bagaimana komunitas fandom berfungsi sebagai arena afektif—sebuah ruang tempat emosi tidak hanya diekspresikan, tetapi juga dikolaborasikan, dipahami, dan dikelola secara kolektif. Konsep *affective publics* sebagaimana dijelaskan oleh Poerio et al. (2018) menjadi kunci untuk memahami fenomena ini. Dalam pandangan tersebut, komunitas-komunitas digital (dan fisik) yang terbentuk melalui

kesamaan afeksi, seperti kekaguman terhadap idola atau pengalaman emosional bersama, memiliki potensi membentuk ikatan sosial baru yang tidak ditentukan oleh institusi formal, melainkan oleh resonansi emosional yang dibagi bersama. Ini tercermin dalam bagaimana anggota komunitas saling mendukung bukan hanya dalam konteks fandom, tetapi juga dalam kehidupan pribadi mereka.

Dalam wawancara dengan salah satu informan, A (16 tahun), ia bercerita bahwa bergabung dengan komunitas fandom membuatnya merasa lebih berani untuk berbicara di depan orang banyak. Di sekolah, ia dikenal sebagai anak pendiam, namun ketika tampil dalam random play dance di acara komunitas, ia merasa seperti “versi dirinya yang sesungguhnya”. Ia merasa diterima tanpa harus berpura-pura menjadi orang lain. Cerita serupa juga muncul dari D (19 tahun), yang mengaku bahwa komunitas ini adalah satu-satunya tempat di mana ia bisa mengekspresikan diri tanpa takut dihakimi karena orientasi gender atau pilihan gaya berpakaian. Dalam komunitas, katanya, “semua orang boleh jadi siapa saja, selama saling menghargai.”

Temuan ini memperkuat argumen bahwa komunitas fandom tidak dapat direduksi sebagai bentuk konsumsi pasif. Justru, ia menjadi medan produksi makna, tempat anak muda mengartikulasikan identitas sosial mereka yang seringkali tertahan dalam ruang-ruang normatif formal seperti sekolah, keluarga, atau komunitas keagamaan. Melalui komunitas ini, remaja belajar tentang kolektivitas, membangun jaringan sosial, dan bahkan membentuk nilai-nilai etika kolektif mereka sendiri, seperti toleransi, kerja sama, dan kepekaan terhadap perbedaan. Ini menunjukkan bahwa fandom adalah bentuk *social agency*—agen yang memungkinkan pemuda untuk membentuk dirinya secara aktif dalam relasi dengan orang lain (Döveling et al., 2018; González-Hidalgo & Zografos, 2020).

Selain itu, keterlibatan dalam komunitas daring seperti grup WhatsApp, fanbase Instagram, dan kanal YouTube lokal juga memainkan peran penting dalam membangun koneksi emosional yang melampaui ruang geografis. Dalam pengamatan terhadap salah satu grup WA fandom “Ambon K-Lovers,” peneliti menemukan bahwa anggota grup rutin berbagi konten seperti fanart, jadwal konser daring, hingga cerita-cerita pribadi yang dikaitkan dengan lagu tertentu. Salah satu momen yang sangat menyentuh terjadi saat seorang anggota grup membagikan kisah tentang kehilangan anggota keluarganya dan bagaimana lagu “Spring Day” dari BTS membantunya melalui masa duka. Respons dari anggota grup sangat suportif, menunjukkan bagaimana fandom menjadi tempat di mana emosi bisa ditampung dan divalidasi secara kolektif.

Keintiman emosional yang terbentuk dalam komunitas ini memperlihatkan bagaimana *connectedness* tidak lagi memerlukan kedekatan fisik, melainkan ikatan emosional yang dibangun melalui simbol, cerita, dan empati bersama. Sejalan dengan pendekatan sosiologi emosi dari Fullagar (2019), praktik fandom ini merupakan bentuk *emotional culture*—budaya emosi yang dibentuk, dipertukarkan, dan dipelihara dalam struktur sosial informal. Di dalamnya, remaja belajar tentang bagaimana menjadi bagian dari komunitas bukan hanya melalui identitas sosial, tetapi juga melalui kepekaan afektif terhadap

pengalaman orang lain.

Dalam konteks kota Ambon yang masih ditandai oleh relasi sosial yang cenderung konservatif dan berjarak terhadap ekspresi kebebasan remaja, komunitas fandom menawarkan semacam “oasis kultural” yang memungkinkan individu untuk menemukan versi terbaik dari diri mereka—versi yang bebas, ekspresif, dan terdengar. Kegiatan yang mungkin terlihat remeh seperti menari, membuat fanart, atau menulis fiksi penggemar sebenarnya merupakan bentuk narasi kultural yang kuat, yang memungkinkan remaja untuk membangun makna, solidaritas, dan posisi dalam dunia yang lebih luas. Di titik inilah agensi remaja tidak hanya dipahami sebagai kapasitas untuk bertindak, tetapi sebagai kemampuan untuk membentuk diri, memilih keterlibatan, dan mengartikulasikan identitas dalam jaringan sosial yang mereka bangun sendiri.

Performa Diri dan Negosiasi Identitas: Dari Estetika Visual ke Praktik Sosial

Transformasi penampilan merupakan salah satu wujud paling nyata dari bagaimana budaya populer—dalam hal ini K-Pop—diinternalisasi oleh remaja penggemarnya di Ambon. Penampilan yang dimaksud tidak hanya berkaitan dengan cara berpakaian, namun juga meliputi gaya rambut, rias wajah, hingga cara berjalan dan berbicara. Dalam berbagai pertemuan dengan komunitas fandom lokal, tampak bahwa sebagian besar remaja tidak lagi memandang estetika sebagai sesuatu yang netral. Sebaliknya, penampilan mereka telah menjadi bagian penting dari ekspresi identitas diri dan cara mereka mengafirmasi kedekatan simbolik dengan dunia K-Pop yang mereka cintai.

Peneliti melakukan observasi langsung di sebuah pusat perbelanjaan di Ambon pada akhir pekan, di mana berlangsung acara K-Fan Celebration Day yang diinisiasi oleh salah satu fanbase lokal. Di tengah-tengah acara yang meriah, tampak remaja perempuan dengan gaya rambut berwarna pastel, mengenakan crop top dengan lengan panjang ala gaya idol Korea, serta rias wajah khas Korea dengan lip tint merah muda dan eyeliner tajam. Sementara itu, beberapa remaja laki-laki tampil dengan jaket oversize, celana jogger, dan bandana hitam yang dililitkan di kepala, lengkap dengan anting satu sisi. Mereka bukan hanya hadir untuk menonton, tetapi juga tampil, berjalan, dan berinteraksi dengan gaya yang mencerminkan estetika visual khas K-Pop.

Dalam wawancara dengan F (18 tahun), ia mengakui bahwa perubahan penampilannya awalnya ditentang oleh keluarganya. Ibunya menganggap gaya berpakaianya terlalu terbuka dan “tidak seperti anak Ambon pada umumnya.” Namun bagi F, gaya itu bukan sekadar meniru idolanya, melainkan representasi dari kepercayaan diri dan keberaniannya menjadi diri sendiri. Ia merasa bahwa rias wajah dan gaya berpakaian menjadi media untuk mengekspresikan siapa dirinya yang sesungguhnya—bukan seperti yang diharapkan oleh orang tua atau masyarakat sekitarnya. Di sekolah, F mengaku sering menjadi bahan olokan karena gayanya dianggap “terlalu Korea” dan tidak sesuai dengan norma sekolah yang ketat. Namun ia tetap mempertahankan gayanya, dengan menyesuaikan sedikit agar tetap bisa diterima: “Aku nggak pakai make up setebal waktu event, tapi tetap pakai lip tint dikit, biar ngerasa aku.”

Pengalaman F menggambarkan proses yang disebut Noroozi et al. (2021) sebagai performativitas identitas, yaitu bahwa identitas bukanlah sesuatu yang bersifat esensial atau tetap, melainkan dikonstruksi dan diwujudkan secara berulang dalam praktik sosial. Penampilan fisik, dalam hal ini, adalah cara untuk menampilkan diri di hadapan orang lain, dan dengan itu pula remaja membentuk, menegosiasikan, dan menguji batas dari identitas yang mereka inginkan. Dalam perspektif ini, tubuh bukan hanya “pembawa identitas,” tetapi menjadi arena kultural di mana pertarungan antara nilai-nilai lokal dan aspirasi global berlangsung sehari-hari.

Penolakan atau resistensi terhadap gaya berpakaian ala K-Pop juga sering muncul dari komunitas lokal, terutama yang masih kuat memegang nilai-nilai keagamaan dan adat. Dalam salah satu diskusi informal dengan guru agama di sebuah sekolah negeri, peneliti mencatat bahwa gaya berpenampilan penggemar K-Pop dianggap bisa “merusak moral” dan menjauhkan remaja dari nilai-nilai ke-Maluku-an yang menekankan kesopanan dan kesederhanaan. Di ruang seperti ini, penampilan yang menyimpang dari norma dominan tidak hanya dipertanyakan, tetapi kadang ditertawakan atau dianggap sebagai bentuk “keasingan.”

Namun di sisi lain, para remaja tidak serta-merta tunduk. Justru, banyak dari mereka menunjukkan kemampuan untuk melakukan penyesuaian tanpa kehilangan jati diri. Seorang informan lainnya, D (19 tahun), menceritakan bahwa ia tetap mengenakan gaya khas K-Pop ketika nongkrong bersama komunitasnya, namun akan berganti pakaian “yang lebih sopan” ketika harus menghadiri acara keluarga besar atau ibadah gereja. Bagi D, hal itu bukan bentuk kepatuhan pasif, melainkan strategi sosial untuk tetap bisa menjadi dirinya tanpa merusak harmoni dengan lingkungan. D menyebutnya sebagai “dua versi yang sama-sama aku.”

Fenomena ini memperlihatkan adanya negosiasi kultural yang intens di antara para remaja, yang berada di persimpangan antara norma lokal dan nilai global. Identitas yang mereka tampilkan melalui penampilan adalah produk dari relasi kuasa, bukan ekspresi yang murni bebas (López-Moreno et al., 2020). Mereka terus-menerus belajar membaca situasi sosial, menyesuaikan diri tanpa merasa kehilangan, dan membentuk ruang aman di mana mereka bisa tampil utuh sebagai versi diri yang mereka pilih.

Transformasi penampilan bukan hanya tindakan meniru gaya idola, tetapi adalah praktik sosial yang reflektif, strategis, dan sarat makna. Dalam ruang-ruang kecil seperti studio tari, acara komunitas, atau bahkan media sosial, para remaja ini membentuk identitas kolektif yang berbeda dari norma mayoritas, namun tidak sepenuhnya tercerabut dari nilai-nilai lokal. Mereka menghidupkan makna baru atas kata “menjadi diri sendiri,” yang tidak lagi bersifat personal dan individual, tetapi selalu berada dalam medan sosial yang dipenuhi ekspektasi, batas, dan peluang.

Ketegangan Emosional antara Global dan Lokal: Antara Kekaguman dan Keterbatasan Sosial

Di balik gairah dan euforia yang tampak dalam komunitas fandom K-Pop di Ambon, tersembunyi lapisan emosi yang kompleks. Bagi banyak remaja penggemar K-Pop di kota ini, menikmati budaya populer Korea bukanlah proses yang sepenuhnya bebas dan leluasa.

Mereka kerap berada dalam kondisi tarik-ulur antara keinginan untuk mengadopsi nilai dan gaya global yang diasosiasikan dengan modernitas, dan kewajiban untuk tetap menjaga identitas lokal yang sarat norma, adat, serta ekspektasi sosial. Di sinilah terjadi ketegangan emosional yang tidak hanya dirasakan secara personal, tetapi juga dialami secara sosial dan kolektif.

Salah satu bentuk ketegangan yang muncul adalah rasa bersalah yang dialami sebagian remaja ketika keterlibatan mereka dalam fandom dianggap “kebarat-baratan” oleh keluarga atau lingkungan sosialnya. R, seorang remaja perempuan berusia 17 tahun, misalnya, menceritakan bahwa ia pernah ditegur oleh pamannya saat mengenakan pakaian yang meniru gaya Lisa BLACKPINK saat menghadiri acara keluarga. Meskipun ia merasa bahagia dan percaya diri dengan gaya tersebut, ia juga merasa bersalah dan mulai mempertanyakan apakah ia telah “melupakan” budayanya sendiri. Ia tidak serta-merta meninggalkan fandom, namun sejak saat itu ia mulai lebih selektif dalam memilih momen untuk tampil dengan gaya khas K-Pop.

Fenomena ini menunjukkan adanya apa yang disebut oleh Schwarz & Bless (2020) sebagai *emotional labor*, yaitu kerja emosional yang dilakukan individu dalam merespons dan menyesuaikan diri terhadap ekspektasi sosial yang bertentangan dengan keinginan personalnya. Dalam konteks ini, remaja seperti R melakukan kerja emosional untuk menjaga harmoni sosial, sekaligus mempertahankan rasa keterhubungan dengan budaya global yang ia cintai. Emosi mereka menjadi “dikelola”—tidak bisa dilepaskan begitu saja, namun juga tidak sepenuhnya bisa diekspresikan bebas.

Observasi lapangan juga memperlihatkan bentuk-bentuk ketegangan lainnya. Dalam sebuah pertemuan rutin komunitas fandom di salah satu warung kopi pinggir kawasan Karang Panjang, Ambon, terlihat jelas bahwa sebagian anggota memilih berbicara campuran antara Bahasa Indonesia dan istilah-istilah Korea yang umum dalam fandom, seperti bias, stan, atau comeback. Namun, ketika pelayan warung atau pengunjung luar komunitas mulai memperhatikan dengan heran, anggota komunitas secara naluriah mulai menurunkan suara, mengganti topik, atau menggunakan istilah lokal. Ini memperlihatkan bagaimana mereka secara aktif mengatur batas antara ekspresi fandom dan konteks sosial yang mungkin tidak akrab atau bahkan mencibir hal tersebut. Proses ini menunjukkan adanya manajemen diri yang tidak hanya bersifat verbal, tetapi juga afektif.

Sementara itu, tekanan juga datang dari institusi pendidikan. Beberapa remaja mengaku pernah mendapatkan teguran dari guru karena membawa atribut K-Pop ke sekolah atau terlalu sering menggunakan media sosial untuk keperluan fandom. B (16 tahun), misalnya, sempat diminta orang tuanya untuk menghapus akun TikTok fandom miliknya karena dikhawatirkan “tidak baik untuk masa depan.” Namun, B tidak menghentikan aktivitas fandom-nya, melainkan membuat akun baru dengan nama samaran. Dalam hal ini, resistensi tidak dilakukan secara frontal, tetapi melalui strategi sosial yang halus dan penuh perhitungan—bentuk dari silent agency yang tetap mengafirmasi identitas tanpa harus melawan secara terbuka.

Ketegangan-ketegangan ini sering kali memuncak dalam bentuk isolasi sosial, terutama ketika remaja tidak menemukan lingkungan yang suportif. Beberapa informan mengaku mulai menjaga jarak dari teman-teman sekolahnya yang tidak menyukai K-Pop karena merasa tidak dimengerti. Namun, dari pengalaman ini justru lahir komunitas-komunitas kecil yang dibangun atas dasar saling memahami dan menerima. Di sinilah supportive micro-communities hadir sebagai solusi dari tekanan struktural yang mereka hadapi. Komunitas ini menjadi ruang aman di mana mereka bisa mengekspresikan afeksi tanpa rasa takut, sekaligus membentuk jaringan emosi yang mendukung mereka secara psikologis dan sosial.

Tabel 1. Jenis Ketegangan Emosional dan Strategi Resistensi Remaja Fandom K-Pop di Ambon

Jenis Ketegangan	Manifestasi Emosional	Bentuk Resistensi atau Adaptasi
Norma keluarga dan agama	Rasa bersalah, malu, tidak diterima	Mengatur penampilan sesuai konteks; selektif berbagi
Penolakan institusi (sekolah/orang tua)	Teguran, larangan, kontrol digital	Menggunakan akun anonim; menyembunyikan aktivitas fandom
Stigma sosial teman sebaya	Perasaan terasing dan tidak dimengerti	Membentuk komunitas kecil yang suportif
Tekanan representasi identitas lokal	Ragu akan keaslian identitas	Membaurkan simbol lokal dalam aktivitas fandom

Sumber: Hasil Analisis Penelitian, 2022

Tabel di atas memperlihatkan bahwa kerja emosional yang dilakukan remaja tidak semata-mata bentuk penyesuaian pasif terhadap norma dominan, melainkan merupakan upaya aktif dan reflektif untuk menciptakan ruang keberadaan di antara dua dunia yang berbeda. Mereka menimbang, memilih, dan mengatur ekspresi identitas secara strategis agar tetap bisa “menjadi diri” tanpa kehilangan pijakan dalam komunitas sosialnya. Ini mengonfirmasi bahwa keterlibatan dalam budaya populer tidak bersifat dangkal, melainkan melibatkan negosiasi emosi, nilai, dan norma yang kompleks dan berlapis.

Pengalaman emosional remaja fandom di Ambon mengungkapkan bahwa menjadi bagian dari arus budaya global tidak serta-merta membawa kebebasan ekspresi. Justru, di sanalah muncul kerja emosional yang intens untuk tetap bisa merawat keterikatan afektif dengan budaya global sekaligus bertahan di dalam jaringan sosial lokal yang penuh batas. Dalam ruang inilah, identitas budaya bukan sesuatu yang dipilih secara linier, tetapi dijalani dalam relasi kuasa yang menuntut kecermatan, sensitivitas, dan strategi sosial yang matang.

Glokalisasi sebagai Proses Afektif dan Performatif: Pengalaman Pinggiran yang Menghadirkan Pusat Baru

Dalam dinamika kehidupan remaja penggemar K-Pop di Ambon, K-Pop tidak hadir sebagai budaya luar yang datang begitu saja untuk dikonsumsi secara pasif. Sebaliknya, ia menjelma menjadi ruang artikulatif tempat identitas dinegosiasikan, emosi dikelola, dan

eksistensi diri ditampilkan secara aktif. Proses ini memperlihatkan bahwa glocalisasi bukanlah sekadar pertemuan antara global dan lokal dalam bentuk kompromi simbolik, melainkan medan afektif dan performatif di mana makna terus dirakit ulang melalui praktik sehari-hari yang penuh intensitas emosi dan simbolisme.

Dalam satu sesi observasi lapangan di kawasan Batu Merah, peneliti menghadiri sebuah pertemuan komunitas fandom yang digelar di halaman belakang rumah salah satu anggota. Meski ruangnya sederhana—dengan tikar plastik yang digelar di atas tanah, beberapa lampu hias seadanya, dan pengeras suara kecil—antusiasme dan keterikatan emosional yang hadir terasa kuat. Para remaja berdiskusi tentang lagu terbaru grup mereka, berbagi fanart buatan sendiri, serta merencanakan video cover dance yang akan mereka unggah ke media sosial. Mereka tidak hanya meniru gaya idolanya, melainkan memodifikasinya dengan elemen lokal: memakai kain tenun sebagai bagian dari kostum atau menambahkan latar pemandangan Ambon dalam video mereka.

Dari proses tersebut, terlihat jelas bahwa mereka tidak sekadar “mengimpor” K-Pop, tetapi menyusunnya kembali dengan sentuhan lokal yang intim dan reflektif. Salah satu informan, M (18 tahun), bercerita bahwa bagi dirinya dan teman-teman komunitasnya, mencintai K-Pop adalah cara untuk merasa terhubung dengan dunia yang lebih luas, sekaligus mengungkapkan kebanggaan terhadap identitas lokal. Ia mengatakan bahwa “kami tidak harus seperti anak Jakarta yang bisa ke konser langsung; kami bikin konser versi kita sendiri di sini.” Kalimat itu menyiratkan agensi yang kuat—bahwa posisi mereka sebagai “pinggiran” bukan menjadi batasan, tetapi justru ruang untuk menciptakan “pusat” yang baru, dengan logika, estetika, dan emosi mereka sendiri.

Glocalisasi dalam konteks ini bergerak melalui dua jalur utama: afeksi dan performa. Secara afektif, keterikatan terhadap K-Pop memunculkan bentuk keintiman baru yang tidak hanya bersifat personal, tetapi juga kolektif. Lagu-lagu, cerita perjuangan para idol, dan komunitas daring menjadi sumber resonansi emosional yang membantu remaja memahami dan mengelola dunia batin mereka. Konsep affective structures dari Slaby & von Scheve (2019) sangat relevan di sini—bahwa emosi tidak berada dalam individu semata, tetapi mengalir dalam jaringan sosial, membentuk arah keterhubungan, kedekatan, dan jarak. Dalam kasus ini, komunitas fandom menjadi infrastruktur afeksi yang memungkinkan emosi seperti kekaguman, harapan, bahkan duka, menemukan tempat untuk beresonansi dan dimaknai bersama.

Secara performatif, mereka menciptakan ruang-ruang ekspresi yang menantang hirarki simbolik antara pusat dan pinggiran. Penampilan mereka di berbagai event komunitas, unggahan video di media sosial, hingga gaya berpakaian yang terinspirasi K-Pop, bukan hanya bentuk ekspresi diri, tetapi juga tindakan politik kultural yang menegaskan bahwa “pusat” tidak hanya berada di Seoul atau Jakarta. Sebagaimana dijelaskan oleh Döveling et al. (2018) bahwa identitas tidak pernah statis, melainkan terus diproduksi melalui tindakan yang berulang dan terbuka terhadap pembacaan ulang. Remaja Ambon, melalui praktik fandom mereka, melakukan pembacaan ulang itu—mereka menampilkan versi dari K-Pop yang

dipenuhi dengan lokalitas, bukan sebagai tiruan, tetapi sebagai transformasi.

Hal ini juga menggeser cara kita memahami agensi remaja dalam budaya populer. Mereka bukan sekadar objek dari globalisasi budaya, tetapi pelaku aktif yang memilih, memilah, dan membentuk kembali nilai-nilai yang datang dari luar dengan cara yang sesuai dengan konteks sosial mereka. Sebagai contoh, S (17 tahun), yang aktif membuat konten TikTok tentang K-Pop dalam bahasa Ambon-Malayu, menyebut bahwa ia sengaja tidak mengikuti tren narasi mainstream fandom dari Jakarta karena “lebih lucu dan lebih nyambung kalau pake bahasa sendiri.” Tindakan seperti ini memperlihatkan bahwa agensi bukanlah tindakan besar yang spektakuler, tetapi keputusan-keputusan kecil yang diambil sehari-hari untuk tetap relevan dan otentik dalam dunia yang terus berubah.

Pengalaman remaja K-Pop fans di Ambon tidak bisa lagi dilihat hanya sebagai refleksi dari pengaruh budaya global. Mereka telah menciptakan ruang budaya yang khas—sebuah titik temu antara impian global dan kenyataan lokal yang dirajut dengan emosi, kreativitas, dan ketekunan. Di sinilah glokalisasi menjadi praktik yang hidup: bukan semata-mata strategi ekonomi perusahaan global, tetapi proses sosial dan emosional yang memungkinkan “pinggiran” mengklaim kembali haknya untuk menjadi pusat. Pusat yang baru, yang dibangun dari pengalaman, suara, dan imajinasi mereka sendiri.

SIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini menegaskan bahwa proses pembentukan identitas remaja di Ambon melalui keterlibatan dengan budaya populer Korea (K-Pop) merupakan tindakan sosial yang reflektif dan penuh agensi, bukan sekadar hasil imitasi atau konsumsi pasif terhadap budaya global. Dalam konteks sosial yang sarat norma—baik agama, budaya, maupun komunitas lokal—remaja penggemar K-Pop menunjukkan kapasitas untuk menegosiasikan aspirasi global dan keterikatan lokal secara simultan, melalui praktik afektif seperti transformasi penampilan, kerja emosional dalam komunitas fandom, serta artikulasi identitas dalam ruang-ruang sosial digital dan fisik. Penelitian ini menunjukkan bahwa glokalisasi di Ambon bukan hanya proses adopsi simbol-simbol global, tetapi juga upaya kreatif untuk menyusun ulang makna secara kontekstual dan emosional, menciptakan pusat-pusat ekspresi baru dari wilayah yang selama ini dianggap pinggiran dalam lanskap budaya populer Indonesia. Dengan mengintegrasikan perspektif sosiologi emosi dan teori performativitas identitas, studi ini memperlihatkan bahwa fandom adalah ruang produksi makna sosial, tempat di mana remaja secara aktif menegosiasikan keberadaan, membangun solidaritas, dan mereproduksi dirinya sebagai subjek kultural yang berdaya. Temuan ini tidak hanya memperkaya kajian sosiologi budaya dan emosi, tetapi juga menekankan pentingnya membangun pendekatan kebijakan dan pendidikan yang mengakui kompleksitas ekspresi identitas remaja dalam dunia yang terus diglobalisasi.

PERNYATAAN ETIKA PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan sesuai dengan prinsip-prinsip etika yang berlaku, termasuk pemberian persetujuan yang diinformasikan (*informed consent*), perlindungan terhadap kerahasiaan informan, serta penghormatan terhadap nilai-nilai budaya lokal. Perhatian khusus diberikan kepada partisipan dari kelompok rentan guna memastikan keselamatan, kenyamanan, dan hak partisipasi yang setara. Penelitian ini tidak menerima pendanaan eksternal, dan penulis menyatakan tidak memiliki konflik kepentingan. Seluruh data dan informasi yang disajikan diperoleh melalui metode penelitian yang sah dan telah diverifikasi untuk memastikan akurasi dan keandalannya. Penggunaan kecerdasan buatan (AI) dibatasi hanya pada bantuan teknis penulisan dan penyuntingan bahasa, tanpa memengaruhi substansi ilmiah dari karya ini. Kami menyampaikan terima kasih kepada para informan atas wawasan berharga yang diberikan, serta kepada para penelaah anonim atas masukan konstruktif terhadap versi awal naskah ini. Penulis bertanggung jawab penuh atas isi dan kesimpulan artikel ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Åhäll, L. (2018). Affect as Methodology: Feminism and the Politics of Emotion. *International Political Sociology*, 12(1), 36–52. <https://doi.org/10.1093/ips/olx024>
- Andini, A. N., & Akhni, G. N. (2021). Exploring Youth Political Participation: K-Pop Fan Activism in Indonesia and Thailand. *Global Focus*, 1(1), 38–55. <https://doi.org/10.21776/ub.jgf.2021.001.01.3>
- Bahagia, B., Muniroh, L., Halim, A. K., Wibowo, R., Wahid, A. Al, Noor, M. S. I., Siswanti, T., & Rizkal, R. (2022). The Impact of K-POP Culture in Student in Teacher View. *Jurnal Basicedu*, 6(3), 5311–5319. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v6i3.2444>
- Belamghari, M. (2020). The Fragmentation of Identity Formation in the Age of Glocalization. *Sage Open*, 10(2), 21–44. <https://doi.org/10.1177/2158244020934877>
- Caliandro, A. (2018). Digital Methods for Ethnography: Analytical Concepts for Ethnographers Exploring Social Media Environments. *Journal of Contemporary Ethnography*, 47(5), 551–578. <https://doi.org/10.1177/0891241617702960>
- Cheriyah, Y., & Hadi, A. R. (2022). Indonesian K-Pop fans: The relationship between ARMY-BTS identity and their demographic. *Journal of Social Studies (JSS)*, 18(2), 249–264. <https://doi.org/10.21831/jss.v18i2.51425>
- Cleveland, M., & Bartsch, F. (2019). Global consumer culture: epistemology and ontology. *International Marketing Review*, 36(4), 556–580. <https://doi.org/10.1108/IMR-10-2018-0287>
- Dewi, I. G. A. A. O. (2022). Understanding Data Collection Methods in Qualitative Research: The Perspective Of Interpretive Accounting Research. *Journal of Tourism Economics and Policy*, 1(1), 23–34. <https://doi.org/10.38142/jtep.v1i1.105>
- Döveling, K., Harju, A. A., & Sommer, D. (2018). From Mediatized Emotion to Digital Affect Cultures: New Technologies and Global Flows of Emotion. *Social Media + Society*, 4(1), 20–46. <https://doi.org/10.1177/2056305117743141>
- Faisol, Pudjihardjo, M., Santosa, D. B., & Hoetoro, A. (2020). Does The Effectiveness of The Government Expenditure Accelerate Economic Growth? *Proceedings of the 23rd Asian*

- Forum of Business Education (AFBE 2019)*, 7–14. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200606.002>
- Fibrianto, A. S., Asrori, M. I., Mahardiansyah, D., Anggraini, L. M., Lailani, A. T. ., Azizah, S. N., & Trianjaya, A. (2020). Analysis of Globalization Phenomena: Forms of K-Pop Cultural Fanaticism Among Students (Case Study of Sociology Student at Universitas Negeri Malang). *Proceedings of the International Conference on Social Studies and Environmental Issues (ICOSSEI 2019)*, 318–323. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200214.058>
- Fullagar, S. (2019). A physical cultural studies perspective on physical (in) activity and health inequalities: the biopolitics of body practices and embodied movement. *Revista Tempos e Espaços Em Educação*, 12(28), 63–76. <https://doi.org/10.20952/revtee.v12i28.10161>
- González-Hidalgo, M., & Zografos, C. (2020). Emotions, power, and environmental conflict: Expanding the ‘emotional turn’ in political ecology. *Progress in Human Geography*, 44(2), 235–255. <https://doi.org/10.1177/0309132518824644>
- Goodley, D., Liddiard, K., & Runswick-Cole, K. (2018). Feeling disability: theories of affect and critical disability studies. *Disability & Society*, 33(2), 197–217. <https://doi.org/10.1080/09687599.2017.1402752>
- Ikhsano, A., & Sianipar, J. A. (2021). The Hegemony of Western Pop Music in Indonesia 2010–2020 Period. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 6(2), 200–210. <https://doi.org/10.25008/jkiski.v6i2.583>
- Jensen, L. X., Bearman, M., Boud, D., & Konradsen, F. (2022). Digital ethnography in higher education teaching and learning—a methodological review. *Higher Education*, 84(5), 1143–1162. <https://doi.org/10.1007/s10734-022-00838-4>
- Kim, J., Kim, K., Park, B., & Choi, H. (2022). The Phenomenon and Development of K-Pop: The Relationship between Success Factors of K-Pop and the National Image, Social Network Service Citizenship Behavior, and Tourist Behavioral Intention. *Sustainability*, 14(6), 32–42. <https://doi.org/10.3390/su14063200>
- Langit, P. V., Astuti, K. S., Yuliyanti, A., & Nasution, R. M. (2019). The pervasiveness of K-pop in 21st century Indonesia. In *21st Century Innovation in Music Education* (pp. 31–40). Routledge. <https://doi.org/10.1201/9780429024931-5>
- Lee, Y. (2022). Music and Youth Identity Formation in the 21st Century: A Sociological Analysis into Global Metal and K-pop Identities in a Cosmopolitan World. *Canadian Journal of Family and Youth / Le Journal Canadien de Famille et de La Jeunesse*, 14(2), 285–290. <https://doi.org/10.29173/cjfy29847>
- Lee, Y. L., Jung, M., Nathan, R. J., & Chung, J.-E. (2020). Cross-National Study on the Perception of the Korean Wave and Cultural Hybridity in Indonesia and Malaysia Using Discourse on Social Media. *Sustainability*, 12(15), 6072. <https://doi.org/10.3390/su12156072>
- López-Moreno, M., López, M. T. I., Miguel, M., & Garcés-Rimón, M. (2020). Physical and Psychological Effects Related to Food Habits and Lifestyle Changes Derived from COVID-19 Home Confinement in the Spanish Population. *Nutrients*, 12(11), 3445. <https://doi.org/10.3390/nu12113445>
- Marsinondang, M., & Dewi, F. I. R. (2022). Self-Control and Aggressive Behavior in Adolescent Fans of Korean Pop (K-pop). *3rd Tarumanagara International Conference on the Applications of Social Sciences and Humanities (TICASH 2021)*, 1403–1407. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.220404.224>

- Mulya, T. W. (2021). Faith and fandom: young Indonesian Muslims negotiating K-pop and Islam. *Contemporary Islam*, 15(3), 337–355. <https://doi.org/10.1007/s11562-021-00475-1>
- Muskat, B., Matthias, M., & Zehrer, A. (2018). Qualitative interpretive mobile ethnography. *Anatolia*, 29(1), 98–107. <https://doi.org/10.1080/13032917.2017.1396482>
- Nascimento, T., Suarez, M. C., & Campos, R. D. (2022). An integrative review on online ethnography methods: differentiating theoretical bases, potentialities and limitations. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 25(4), 492–510. <https://doi.org/10.1108/QMR-07-2021-0086>
- Noroozi, F., Corneanu, C. A., Kaminska, D., Sapinski, T., Escalera, S., & Anbarjafari, G. (2021). Survey on Emotional Body Gesture Recognition. *IEEE Transactions on Affective Computing*, 12(2), 505–523. <https://doi.org/10.1109/TAFFC.2018.2874986>
- Novalika, G., & Kartasmita, S. (2022). The Correlation between Fear of Missing Out (FoMO) with Quality of Life (QoL) in K-pop Fans. *3rd Tarumanagara International Conference on the Applications of Social Sciences and Humanities (TICASH 2021)*, 1484–1490. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.220404.238>
- Poerio, G. L., Blakey, E., Hostler, T. J., & Veltri, T. (2018). More than a feeling: Autonomous sensory meridian response (ASMR) is characterized by reliable changes in affect and physiology. *PLOS ONE*, 13(6), e0196645. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0196645>
- Purba, N. S., Sundawa, D., & Nurbayani, S. (2022). The Phenomenon of Social Disintegration Through Fanwar Between K-Popers Among College Students (A Case Study at Students Who is K-Pop Fans on Twitter). *International Journal Pedagogy of Social Studies*, 7(2), 87–98. <https://doi.org/10.17509/ijposs.v7i2.34131>
- Ritter, C. S. (2022). Rethinking digital ethnography: A qualitative approach to understanding interfaces. *Qualitative Research*, 22(6), 916–932. <https://doi.org/10.1177/14687941211000540>
- Rook, R. S. de. (2020). Digital selves, material bodies, and participant research tools: towards material semiotic video ethnography. *International Journal of Social Research Methodology*, 23(2), 199–213. <https://doi.org/10.1080/13645579.2019.1669926>
- Roudometof, V. (2019a). Cosmopolitanism, Glocalization and Youth Cultures. *Youth and Globalization*, 1(1), 19–39. <https://doi.org/10.1163/25895745-00101002>
- Roudometof, V. (2019b). Recovering the local: From glocalization to localization. *Current Sociology*, 67(6), 801–817. <https://doi.org/10.1177/0011392118812933>
- Roudometof, V., & Dessì, U. (2022). Culture and glocalization: an introduction. In *Handbook of Culture and Glocalization* (pp. 1–26). Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781839109010.00006>
- Safithri, N. A., Sahrani, R., & Basaria, D. (2020). Quality of Life of Adolescent (Korean Pop fans). *Proceedings of the Tarumanagara International Conference on the Applications of Social Sciences and Humanities (TICASH 2019)*, 771–777. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200515.124>
- Schwarz, N., & Bless, H. (2020). Happy and Mindless, But Sad and Smart? The Impact of Affective States on Analytic Reasoning. In *Emotion and Social Judgments* (pp. 55–71). Garland Science. <https://doi.org/10.4324/9781003058731-4>
- Scott-Maxwell, A. (2020). K-pop flows and Indonesian student pop scenes: situating live Asian

- pop music in an 'Asian' Australia. *Media International Australia*, 175(1), 20–35. <https://doi.org/10.1177/1329878X20906550>
- Septiani, Y. Y., Kasiyan, & Saputra, A. (2022). K-POP Dance Girls and Moslem Women in Indonesia: An Axiological Review. In *Proceedings of the 9th International Conference on Education Research, and Innovation (ICERI 2021)* (pp. 64–74). Atlantis Press SARL. https://doi.org/10.2991/978-2-494069-67-1_8
- Slaby, J., & von Scheve, C. (2019). Introduction: Affective societies-key concepts. In *Affective Societies* (pp. 1–24). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781351039260-1>
- Soulard, J., McGehee, N. G., & Stern, M. (2019). Transformative tourism organizations and glocalization. *Annals of Tourism Research*, 76(1), 91–104. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2019.03.007>
- Utomo, S., & Pandin, M. (2021). Changes in Foreign and Modern Culture in the 21st Century Which Drivers Culture in East Java Seen from a Historical Perspective. *Preprints*, 12(1), 1–12. <https://doi.org/10.20944/preprints202106.0281.v1>
- Waskito, T., & Fauzan, F. (2021). Identity Politics of Hijrah Community of “Yuk Ngaji.” *KALAM*, 15(2), 145–172. <https://doi.org/10.24042/klm.v15i2.10260>
- Yoon, S. (2019). K-POP Fandom in Veil: Religious Reception and Adaptation to Popular Culture. *Journal of Indonesian Islam*, 13(1), 1–12. <https://doi.org/10.15642/JIIS.2019.13.1.1-20>
- Zulkarnain, A. R. M., & Suharyono, K. N. I. (2022). K-Pop and Contemporary Cultural Diplomacy: The Influence of K-Pop Idol Neo Culture Technology (NCT) on Indonesia's Cultural Diplomacy in the Digital Age. *Hasanuddin Journal of Strategic and International Studies (HJSIS)*, 1(1), 45–54. <https://doi.org/10.20956/hjsis.v1i1.24862>