

ANALISIS PENGARUH LOGO BOYBAND DAN GIRLBAND KOREA TERHADAP FANATISME PENGGEMAR

Khoerunnisa*
Universitas Nusa Putra
khorunnisa@nusaputra.ac
.id

Elida Christine Sari
Universitas Nusa Putra
elida@nusaputra.ac.id

Samuel Rihi Hadi Utomo
Universitas Nusa Putra
Samuel.rihi@nusaputra.ac
.id

ABSTRAK

Objek penelitian ini adalah pengaruh logo *boyband* dan *girlband* korea terhadap fanatisme penggemar k-pop di Indonesia (Sukabumi). Data diperoleh dengan metode penyebaran angket. Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah logo berpengaruh terhadap fanatisme penggemar K-Pop di Indonesia Khususnya Sukabumi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa logo tidak berpengaruh terhadap fanatisme penggemar K-Pop di Indonesia khususnya di Sukabumi. Istilah K-Pop secara luas digunakan untuk mendeskripsikan berbagai jenis aliran musik yaituantara lain, pop, rock, R&B, hiphop atau gabungan dari genre-genre musik yang ada. K-Pop sendiri lebih identik dengan *boyband* atau *girlband*, yang terdiri dari sekelompok perempuan atau laki-laki yang berada di bawah naungan suatu manajemen. Contohnya Blackpink, EXO, dan BTS.

Katakunci: Logo; *Boyband*; *Girlband*; Fanatisme;

ABSTRACT

The object of this research is the influence of the logo of *boyband* and Korean girl group to the fanaticism of K-pop fans in Indonesia (Sukabumi). Data obtained by poll deployment method. This method of research uses quantitative research methods. This research aims to determine if the logo affects the fanaticism of K-Pop fans in Indonesia especially Sukabumi. The results showed that the logo did not affect the fanaticism of K-Pop fans in Indonesia, especially in Sukabumi. The term K-Pop is widely used to describe the different types of music genres such as Pop, Rock, R&B, hiphop or the combination of existing musical genres. K-Pop itself is more identical to the *boyband* or girl group, consisting of a group of women or men who are under the auspices of a management. Examples are Blackpink, EXO, and BTS.

Keywords: Logo; *Boyband*; *Girlband*; Fanaticism;

1. PENDAHULUAN

Keberhasilan pemerintah Korea Selatan dalam penyebaran budaya Korea menghasilkan sebuah fenomena demam budaya Korea di tingkat global, yang bisa disebut *Korean Wave*. *Koeran Wave* atau *hallyu* mengacu pada globalisasi budaya Korea di Dunia. Dalam waktu singkat, popularitas *hallyu* mempengaruhi keadaan masyarakat dunia, tak terkecuali Sukabumi. Pengaruh *hallyu* merambah di setiap aspek kehidupan para remajasukabumi, mulai dari Bahasa, musik, film, *fashion* dan *lifestyle*. Korean Pop, atau bisa disebut K-Pop, istilah K-Pop

secara luas digunakan untuk mendeskripsikan berbagai jenis aliran musik yaitu antara lain, pop, rock, R&B, hiphop atau gabungan dari genre-genre musik yang ada. K-Pop sendiri lebih identik dengan *boyband* atau *girlband*, yang terdiri dari sekelompok perempuan atau laki-laki yang berada di bawah naungan suatu manajemen. Contohnya Blackpink, EXO, dan BTS.

Penggemar musik K-Pop menggunakan budaya K-Pop sebagai perilaku meniru idola mereka, menyukai secara berlebihan sebagai penggemar, membeli bermacam pernik idola, bahkan melakukan

aktifitas *dance cover*. Menjamurnya fans K-Pop di seluruh belahan dunia memunculkan berbagai macam komunitas fans. Musik K-Pop memiliki penggemar setia yang terbagi dalam fandom-fandom sesuai dengan *boyband* atau *girlband* idola. Fandom adalah singkatan dari Fans Kingdom, yaitu sebuah komunitas penggemar idol Korea. Setiap *Boyband* atau *Girlband* di Korea punya nama fandom-nya masing-masing. Beberapa nama fandom seperti ELF (*Ever Lasting Friends*) merupakan sebutan bagi penggemar Super Junior, Sone untuk penggemar Girls Generation, Blink untuk penggemar Blackpink, EXO-L untuk penggemar EXO, dan army bagi penggemar BTS.

Penggemar *boyband* Korea cenderung memiliki tingkat kefanatikan yang relative tinggi. Fanatisme mereka sebagai penggemar tercermin dalam perilaku fanatik mereka. Fanatisme adalah paham atau perilaku yang menunjukkan ketertarikan terhadap sesuatu secara berlebihan. Dapat dikatakan seseorang yang fanatik memiliki standar yang ketat dalam pola pikirnya dan cenderung tidak mau mendengarkan opini maupun ide yang dianggapnya bertentangan.

Para penggemar *boyband* Korea memiliki kebiasaan mengakses internet. Mereka bisa mengupdate berita baru dari *boyband* idola, stalking akun member idola. Mengunduh lagu maupun movie video serta mengikuti komunitas penggemar. Para penggemar biasanya membentuk sebuah komunitas regional di seluruh Indonesia. Melalui komunitas tersebut para penggemar saling bertukar informasi mengenai *boyband* idola.

Logo hanya sebagai penunjang untuk keperluan *Boyband* dan *Grilband* tersebut, logo tidak menjadi hal begitu penting bagi para penggemar K-Pop. Logo hanya sekilas dilihat oleh para penggemar, para penggemar yang fanatik tidak mempermasalahkan akan bentuk visual, warna, makna logo *boyband* dan *girlband* tersebut, para penggemar biasanya lebih melihat bagaimana paras wajah para member *boyband* dan *girlband*, musik yang enak di dengar, dan video dance practice dari para *Boyband* dan *girlband*.

Fenomena fanatisme penggemar *boyband* Korea dapat dilihat juga dari aktivitas-aktivitas yang dilakukannya sebagai penggemar. Salah satu bentuk fanatisme penggemar *boyband* Korea adalah kegiatan konsumsi. Perilaku fanatik mereka diperlihatkan

dalam kesehariannya mengikuti perkembangan *boyband* idola mereka melalui akun twitter, blog, Instagram dan jejaring sosial lainnya. Mereka biasanya mengunduh video, baik video klip, iklan maupun variety show. Dalam konsumsi barang, mereka selalu membeli bermacam-macam merchandise seperti lightstik, kaos, gantungan kunci, stiker dan semua yang berhubungan dengan *boyband* ataupun *girlband* idola mereka.

Penggemar *boyband* Korea di Indonesia (Sukabumi) tidak berbeda dengan penggemar *boyband* Korea di kota lain di Indonesia. Penggemar *boyband* Korea di Indonesia (Sukabumi) ini memiliki aktivitas-aktivitas yang menunjukkan jati dirinya sebagai penggemar.

Dari fenomena di atas penulis tertarik untuk mengetahui bagaimana penggemar *boyband* Korea mengekspresikan fanatisme sebagai penggemar dan bagaimana perilaku fanatisme penggemar *boyband* Korea, khususnya di Indonesia (Sukabumi). Peneliti ingin melakukan penelitian perilaku fanatisme penggemar *boyband* Korea pada Siswa Indonesia (Sukabumi).

2. TINJAUAN PUSTAKA

Sebelum blackpink debut dan menjadi pusat perhatian pecinta musik K-Pop seperti sekarang ini, awalnya YG Entertainment memberikan nama “Pink Punk” sebagai nama untuk girlgrup barunya tersebut. Yang Hyun Syuk yang menciptakan nama untuk girlgroupnya. Kemudian ia membuat kata “Pink” menjadi lebih keren menjadi “Blackpink”. Pada tanggal 6 Juli 2016, seluruh member Blackpink tampil sebagai bintang tamu dalam acara radio SBS Power FM “2 O’Clock Escape Cultwo Show” dan menjelaskan alasan mengapa nama group mereka diubah dari “Pink Punk” menjadi “Blackpink”. Kemudian nama Blackpink itulah yang digunakan YG Entertainment saat merilis video teaser untuk debut blackpink yang menampilkan Jennie. (Story For You Blink, Ricca Yui, 2019: 15).

BLACKPINK atau BLACKPINK, adalah girlgroup Kore Selatan dibentuk tahun 2016 oleh YG Entertainment. Grup ini terdiri dari empat orang member cantic, yaitu Jisoo, Jennie, Rose, dan Lisa. Keempat member tersebut secara resmi debut pada tanggal 8 Agustus 2016 dengan sinle album mereka, Swuare One. Genre musik mereka Hip hop, RnB, dan Dance.

YG Entertainment mengungkapkan formasi akhir dan nama grupnya pada tanggal 29 Juni 2016. Blackpink debut pada tahun 2016 sebagai girlgroup pertama YG Entertainment tujuh tahun terakhir ini. Mereka debut dengan single album Square One pada 8 Agustus 2016. Sedangkan untuk lagu utama pertamanya yang berjudul “Boombayah” diproduksi oleh Teddy park dan ditulis Bersama Bekuh BOOM. Dan musik videonya disutradarai oleh Seo Hyun-Seung. Dan untuk lagu utama kedua yang berjudul “Whistle” diproduksi oleh Teddy park dan Future Bounce, dan ditulis oleh Teddy park dan Bekuh BOOM.

Single debut blackpink berada di peringkat pertama tangga lagu Billboard World Digital Songs. Lagu “Whistle” berada di puncak tangga lagu digital, download, streaming, dan mobile di Gaon Chart pada bulan Agustus 2016. Blackpink juga berada di peringkat pertama chart musik video untuk kategori mingguan, popularitas, dan musik video, di situs streaming musik terbesar QQ Musik di Tiongkok. Blackpink tampil perdana di program musik yang ditayangkan pada 14 Agustus 2016 di SBS Inkigayo. Blackpink memecahkan rekor untuk girlgroup tercepat berada di posisi teratas program musik setelah 14 hari debut.

Kemudian blackpink merilis single album kedua Square two dengan lagu utama berjudul “Playing With Fire” dan “Stay” pada 1 November 2016. Blackpink tampil kembali di SBS Inkigayo pada 6 November 2016 dan pada 10 November 2016 di Mnet M! Countdown. Lagu berjudul “Playing With Fire” merupakan lagu kedua blackpink yang berada di peringkat pertama billboards World Digital Songs Charts. Blackpink menjadi salah satu girlgroup K-Pop terpopuler setelah kedua album mereka, Square One dan Square Two meraih kesuksesan. Tahun 2017, blackpink merilis Japan Debut mini album dengan lagu utama berjudul “As If It’s your Last”. Dan pada tahun 2018, blackpink merilis mini album Square Up dengan 4 lagu yaitu Ddu-Du-Ddu-Du, Forever Young, Really, See U Later. (Story For You Blink, Ricca Yui, 2019: 16-17).

Kemudian YG Entertainment mengumumkan Blackpink akan comeback pada 5 April 2019 dengan lagu berjudul “Kill This Love”. Setelah blackpink merampungkan tour Asia, mereka mengisi festival terbesar di Amerika Serikat. Blackpink menjadi girlgroup pertama yang tercatat sebagai penampil utama untuk Coachella. Kompas.com Irfan Maulana (dalamtribunnews.com, 2019).

3. METODE PENELITIAN

Untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini, maka akan digunakan metode penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang terstruktur,

sistematis, tersusun mantap dari awal hingga akhir penelitian, dan cenderung penelitian ini menggunakan analisis angka-angka statistik. Maka suatu kewajaran jika dalam penelitian kuantitatif metode pengumpulan data menggunakan populasi dan sampel.

Menurut Kasiram (2008) penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang menggunakan proses data-data yang berupa angka sebagai alat menganalisis dan melakukan kajian penelitian, terutama mengenai apa yang sudah diteliti.

Menurut Sugiono (2013: 13), metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, Teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

4. DATA, DISKUSI & HASIL TEMUAN

Dalam tahap ini peneliti membuat analisis visual logo yang terbagi kedalam unsur-unsur pada Desain, yaitu Garis (line), Bentuk (shape), Tekstur (texture), Gelap Terang, ukuran (size), warna (color).



Gambar 1. Logo Blackpink
Sumber: Dokumentasi penulis

- a) Garis (*line*) - Logo dengan rangkaian garis melengkung dalam komposisi yang tepat menampilkan apa yang diharapkan. Logo ini juga cukup memiliki ciri khas dalam bentuk susunan 2 titik atau lingkaran dengan menampilkan tema Yin dan Yang. Yin dan Yang dalam Logo blackpink mirip dengan bendera negara Korea Selatan. Hanya warna yang dirubah
- b) Bentuk (*shape*) - Bentuk logo yang dimiliki oleh blackpink adalah bentuk geometrik yang berupa lingkaran.
- c) Ukuran (*size*) - Ukuran pada logo blackpink disini

telah diperhatikan ukuran besar dan kecilnya, seperti padalingkaran pertama lebih besar daripada lingkaran yang terdapat didalam lingkaran yang pertama.

- d) Warna (*color*) - Warna yang digunakan telah cukup merepresentasikan pesan yang ingin disampaikan. Dalam logo blackpink terdapat 2 warna. Yaitu, warna pink dan hitam. Warna pink memiliki arti lembut, cantik, dan feminim. Sedangkan warna hitam memiliki arti kuat dan penuh percaya diri. Jadi warna pada logo blackpink berarti meski pink terkesan cantik, tetapi memiliki rasa percaya diri dan memiliki bakat pada warna hitam, blackpink mematahkan persepsi yang sudah ada pada warna pink, blackpink tidak hanya menjual kecantikan saja, tetapi juga memiliki rasa percaya diri yang kuat, dan memiliki bakat yang luar biasa.



Gambar 2. Logo Exo
Sumber: Dokumentasi Penulis

EXO memiliki beberapa logo. Karena pada setiap comeback EXO memiliki logo-logo yang berbeda. Logo yang di ambil adalah logo pada mini album MAMA. Logo ini digunakan saat formasi member EXO masih lengkap.

- a) Garis (*line*) - Garis pada Logo EXO memiliki garis lurus. Garis lurus yang terdapat pada logo EXO memiliki kesan tegas, tenang, namun tetap profesional. Garis-garis lurus dalam logo EXO membentuk sebuah bentuk kumpulan segitiga, yang bila diperhatikan membentuk sebuah hexagon dan saat di baca akan menampilkan EXO.
- b) Bentuk (*shape*) - Bentuk logo yang dimiliki oleh EXO adalah bentuk geometrik yang berupa segitiga kemudiann terlihat membentuk sebuah bentuk hexagon.
- c) Ukuran (*size*) - Ukuran pada logo EXO disini telah diperhatikan memiliki ukuran yang besar dan kecilnya, seperti pada kumpulan segitiga yang membentuk sebuah hexagonal, dan teks yang bertuliskan EXO terlihat lebih besar

daripada teks yang bertuliskan FROM. EXO PLANET pada bagian bawah yang terlihat lebih kecil.

- d) Warna (*color*) - Warna yang digunakan dalam logo EXO terdapat 2 warna. Yaitu, warna hitam dan abu-abu. Warna hitam memiliki arti warna yang kuat, misterius, elegan, dramatis, dan maskulin. Sedangkan, warna abu-abu memiliki arti kesederhanaan.
- e) Teks yang Bertuliskan FROM.EXOPLANET disini berarti EXO berasal dari planet sesuai dengan mini album EXO yaitu pada saat member EXO masih lengkap. Dapat dilihat dari video clip EXO dengan judul MAMA
- f) Dari bentuk Geometrik Segitiga, membentuk sebuah bentuk hexagonal.



Gambar 3. Logo BTS
Sumber: Dokumentasi Penulis

- a) Garis (*line*) - Garis pada Logo BTS memiliki garis lurus. Garis lurus yang terdapat pada logo BTS memiliki kesan tegas, tenang, namun tetap profesional. Garis-garis lurus dalam logo BTS seperti membentuk sebuah prisai, dan bila diperhatikan saat di baca akan menampilkan BTS.
- b) Bentuk (*shape*) - Bentuk logo yang dimiliki oleh BTS adalah bentuk geometrik yang berupa Bentuk logo yang dimiliki oleh BTS adalah bentuk geometrik yang berupa trapesium. Berbentuk terbalik dengan logo ARMY kemudiann terlihat membentuk sebuah bentuk prisai.
- c) Ukuran (*size*) - Ukuran pada logo BTS disini telah diperhatikan memiliki ukuran yang sama, seperti pada bentuk trapesium yang membentuk sebuah prisai, lalu ada teks yang bertuliskan BTS, teks BTS sendiri adalah nama dari *boyband* dengan kepanjangan “Beyond The Scene” atau nama koreanya sendiri “Bangtan Sonyeodan” , dan teks yang bertuliskan ARMY, ARMY sendiri adalah nama fandom dari BTS. Kedua teks tersebut memiliki ukuran yang sama.
- d) Warna (*color*) - Warna yang digunakan dalam logo BTS terdapat 2 warna. Yaitu, warna hitam dan abu-abu. Warna hitam memiliki arti warna

yang kuat, misterius, elegan, dramatis, dan maskulin. Sedangkan, warna abu-abu memiliki arti kesederhanaan.

5. KESIMPULAN

Dari data yang didapatkan dan analisis yang telah dilakukan dalam penelitian ini maka yang dapat disimpulkan adalah :

Penelitian ini membuktikan bahwa logo tidak berpengaruh terhadap fanatisme penggemar.

Penelitian ini membuktikan bahwa peserta didik kelas XI dan XII dari 5 sekolah yang di datangi untuk penyebaran angket lebih memilih dance daripada logo *boyband* dan *girlband*.

Penelitian ini membuktikan bahwa peserta didik lebih berminat pada musik K-Pop dibandingkan dengan musik lainnya.

Berdasarkan dari visualisasi logo Blackpink, EXO, dan BTS terlihat hanya menggunakan dua warna, seperti warna pada logo Blackpink adalah warna hitam dan pink, EXO dengan warna abu-abu dan hitam, BTS juga menggunakan warna abu-abu dan hitam. Kemudian dari bentuk logo tidak terlepas dari nama *boyband* dan *girlband* mereka sendiri.

Dari hasil analisis visual logo Blackpink, EXO, dan BTS terlihat lebih banyak bahkan kecenderungan bentuk logo menggunakan bentuk geometrik dibandingkan dengan bentuk natural. Karena pada proses perancangan logo, bentuk menempati posisi yang tidak kalah penting dibandingkan dengan elemen-elemen lainnya, mengingat bentuk geometris bisanya merupakan symbol yang membawa nilai emosional tertentu. Hal tersebut bisa dipahami, karena pada bentuk atau rupa mempunyai muatan kesan yang kasat mata. Para penggemar perlu mendapatkan pengalaman tentang logo. Agar dapat mengetahui fungsidi logo untuk apa.

Media Akademi

- [7] Sulasman, H. Gumilar, Setia. 2013. Teori-teori Kebudayaan; Dari Teori Hingga Aplikasi. Bandung: CV Pustaka Setia
- [8] Squad EXO. 2018. EXO For You. Jakarta: Hikaru Publishing
- [9] Yui, Rica. 2019. Blackpink Story; For U Blink. Yogyakarta: PT Buku Seru
- [10] Tyas D. 2017. Pengaruh Penggunaan Media Pembelajaran terhadap Prestasi Belajar Siswa [skripsi] Tulungagung (ID): IAIN Tulungagung

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Anggraini, Lia. Nathalia, Kirana. 2014. Desain Komunikasi Visual; Dasar-dasar Panduan Untuk Pemula. Bandung: Penerbit Nuansa
- [2] Army Indonesia BTS. 2018. BTS Diary. Jakarta: Hikaru Publishing
- [3] Caniago, Ferri. 2012. Cara Mutakhir Jago Desain Logo. Jakarta: Dunia Komputer
- [4] Pilalang, Yasraf Amir. Jaelani, Jejen. 2018. Teori Budaya Kontemporer; Penjelajahan Tanda dan Makna Yogyakarta: Aurora
- [5] Rustan, Suriyanto. 2009. Mendesain Logo. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- [6] Sudatha, Wawan Gede I. Tegeh, Made I. 2015. Desain Multimedia Pembelajaran. Yogyakarta: