

**POLA PENGEMBANGAN HUBUNGAN ANTARPRIBADI REMAJA  
(Studi Kasus Pecinta K-POP dalam Fandom EXO-L Bogor)**



***SKRIPSI***

**Diajukan sebagai salah syarat untuk memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Sosial Bidang Ilmu Komunikasi**

Disusun Oleh

Nama : Dahlia

NIM : 1406015131

Peminatan : Hubungan Masyarakat



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA  
JAKARTA, 2018**

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**PERNYATAAN BUKAN PLAGIAT**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama. : Dahlia

Nim : 1406015131

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Hubungan Masyarakat

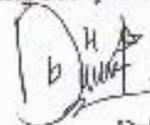
Judul : POLA PENGEMBANGAN HUBUNGAN ANTARPRIBADI REMAJA  
(Studi Kasus Pecinta K-POP dalam Fandom EXO-I, Bogor)

Demi Allah SWT, dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa proposal skripsi ini dengan judul tersebut diatas adalah benar-benar hasil penelitian saya dan bukan PLAGIAT. Apabila dikemudian hari terbukti proposal saya ini PLAGIAT, maka saya bersedia di kenakan sanksi akademik berupa dibatalkannya hasil ujian skripsi saya dan atau dicabutnya gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dapat dipertanggungjawabkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, April 2018

Yang Menyatakan,



Dahlia

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

LEMBAR PERSETUJUAN PROPOSAL PENELITIAN

Judul : POLA PENGEMBANGAN HUBUNGAN ANTARPRIBADI REMAJA  
(Studi Kasus Pecinta K-POP dalam Fandom EXO-L Bogor)  
Nama .. : Dahlia  
Nim : 1406015131  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Peminatan : Hubungan Masyarakat



Untuk mengikuti ujian skripsi ini oleh

Pembimbing I,

Nurlina Rahman, S.Pd., M.Si

Tanggal:.....

Pembimbing II,

Dra. Tellys Corliana, M.Hum

Tanggal:.....

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

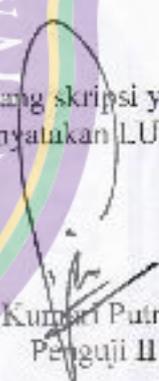
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Pola Pengembangan Hubungan Antarpribadi Remaja  
(Studi Kasus Pecinta K-pop dalam Fandom EXO-L Bogor)

Nama : Dahlia  
NIM : 1406015131  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Peminatan : Hubungan Masyarakat

Telah diperlihatkan di hadapan penguji pada sidang skripsi yang dilaksanakan pada hari Kamis, 30 Agustus 2018, dan dinyatakan LULUS.

  
Dr. Sri Mustika, M.Si  
Penguji I

  
Gilang Kumari Putra, M.I.Kom  
Penguji II

Tanggal : .....

Tanggal : .....

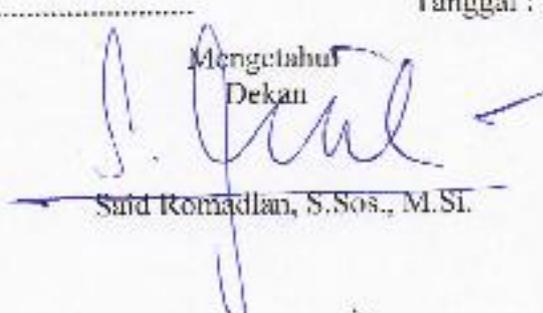
  
Nurlina Rahman, S.Pd., M.Si  
Pembimbing I

  
Dra. Tellys Corliana, M.Hum  
Pembimbing II

Tanggal : .....

Tanggal : .....

Mengetahui  
Dekan

  
Said Romadlan, S.Sos., M.Si



## ABSTRAK

Judul : Pola Pengembangan Hubungan Antarpribadi Remaja  
(Studi Kasus Pecinta K-POP dalam Fandom EXO-L Bogor)

Nama : Dahlia

NIM : 1406015131

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Hubungan Masyarakat

Halaman : 112+xii halaman + 4 tabel+ 10 gambar+ 18 lampiran

Kata Kunci : Pengembangan hubungan Antarpribadi, Remaja, EXO-L Bogor

EXO-L atau EXO Love adalah nama untuk *fandom* resmi para fans boyband EXO. Nama yang diberikan oleh leader EXO ini adalah sebagai identitas untuk fans yang hanya menyukai boyband EXO. Fandom EXO-L sudah tersebar ke seluruh dunia termasuk Indonesia, tak terkecuali Kota Bogor.

Fokus penelitian ini adalah bagaimana remaja pecinta K-POP dalam mengembangkan hubungan antarpribadi dalam fandom EXO-L Bogor. Bagaimana mereka bisa berhubungan hanya dengan perantara yaitu boyband asal Korea Selatan EXO.

Penelitian ini menggunakan teori penetrasi sosial yang berfokus pada sebuah proses ikatan hubungan dimana individu-individu bergerak dari komunikasi yang *superficial* menuju ke komunikasi yang lebih intim.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deksriptif dan menggunakan metode studi kasus. Pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan yaitu Triangulasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan walaupun pada awalnya mereka tidak memiliki kedekatan pribadi satu sama lain, namun dengan menjadi anggota EXO-L Bogor mereka merasa mempunyai keluarga baru. Sebagian besar dari mereka berkenalan melalui sosial media, Instagram dan Twitter kemudian berlanjut pada perkenalan diri melalui grup *chat* dalam *WhatsApp Messenger* dan menjadi lebih dekat setelah mereka bertemu langsung dalam *event-event* K-POP.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada perkembangan ilmu komunikasi khususnya di bidang komunikasi antar pribadi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif yang mempunyai tujuan menggali informasi secara mendalam dan memaparkan secara sistematis, terperinci, dan akurat tentang fakta yang ada. Peneliti berharap penelitian ini dapat mendatangkan manfaat bagi masyarakat luas.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah Swt yang senantiasa melimpahkan segala nikmat-Nya kepada kita sekalian. Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurah kepada junjungan kita Nabi Besar Muhammad Saw, yang telah berjuang membawa umat manusia dari alam jahiliyah menuju alam pencerahan.

Dalam penyusunan skripsi ini peneliti mengalami berbagai kendala, namun berkat kemudahan yang diberikan Allah SWT serta bantuan dari berbagai pihak akhirnya peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pola Pengembangan Hubungan Antarpribadi Remaja (Studi Kasus Pada Pecinta K-POP Dalam Fandom EXO-L Bogor)” Untuk itu peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Said Romadlan, S.Sos, M.Si, Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA (FISIP UHAMKA).
2. Dr. Sri Mustika, M.Si, Wakil Dekan FISIP UHAMKA
3. Dini Wahdiyati, S.Sos, M.I.Kom, Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UHAMKA
4. Nurlina Rahman, S.Pd, M.Si, dosen pembimbing I yang senantiasa memberikan bimbingan, petunjuk, dan saran dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Dra. Tellys Corliana, M.Hum, dosen pembimbing II yang selalu memberikan arahan, petunjuk, dan saran untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Orang tua penulis, Bapak Nana dan Ibu Neti yang telah memberikan perhatian, suntikan semangat, doa, dorongan dan kasih sayang yang tiada henti kepada peneliti secara tersirat maupun tersurat.
7. Untuk teman-teman peneliti: Zakiah, Suha, Rina, Thytha, Fadila, Kania, orang-orang yang selalu peneliti buat repot saat pengerjaan skripsi ini.

8. Informan utama peneliti, anggota EXO-L Bogor Sukma, Husnia, Franda, Atika, Shafira, Hilda, Rahma, Dira, Nurul dan yang lain yang tidak bisa

9. Teman-teman peneliti yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah menyediakan waktu untuk bertukar pikiran dan memberi semangat dalam pembuatan skripsi ini. Terima kasih, dan sukses selalu.

Akhir kata peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan laporan ini. Untuk itu penulis mohon maaf dan pengertiannya apabila terdapat kesalahan ataupun segala kekurangan dalam penulisan proposal skripsi ini, baik yang disadari maupun yang tidak disadari. Peneliti berharap semoga proposal skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi peneliti sendiri dan pada umumnya bagi pembaca.

Jakarta, Agustus 2018

  
Peneliti





## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	15
1.3 Pembatasan Masalah.....	15
1.4 Tujuan Penelitian.....	15
1.5 Kontribusi Penelitian.....	16
1.6 Sistematika Penulisan.....	17

## **BAB II LANDASAN TEORI**

<b>2.1 Paradigma Konstruktivisme .....</b>	<b>18</b>
<b>2.2 Hakekat Komunikasi .....</b>	<b>19</b>
<b>2.2.1 Definisi Komunikasi.....</b>	<b>19</b>
<b>2.2.2 Model Komunikasi Interaksional .....</b>	<b>21</b>
<b>2.2.3 Elemen Komunikasi .....</b>	<b>23</b>
<b>2.2.4 Fungsi Komunikasi .....</b>	<b>25</b>
<b>2.2.5 Konteks Komunikasi.....</b>	<b>27</b>
<b>2.3 Teori Komunikasi Antarpribadi.....</b>	<b>29</b>
<b>2.3.1 Definisi Komunikasi Antarpribadi.....</b>	<b>29</b>
<b>2.3.2 Fungsi Komunikasi Antarpribadi.....</b>	<b>31</b>
<b>2.3.3 Karakteristik Komunikasi Antarpribadi.....</b>	<b>32</b>
<b>2.4 Teori Pengembangan Hubungan .....</b>	<b>33</b>
<b>2.4.1 Asumsi Dasar Pengembangan Hubungan Antarpribadi.....</b>	<b>34</b>
<b>2.4.2 Teori Penetrasi Sosial.....</b>	<b>37</b>
<b>2.5 Pengaruh Media Sosial terhadap Komunikasi Antarpribadi .....</b>	<b>40</b>
<b>2.6 Teori Komunikasi Kelompok.....</b>	<b>45</b>

<b>2.7 Teori Komunikasi Antarbudaya.....</b>	<b>45</b>
<b>2.8 Studi Kasus .....</b>	<b>45</b>
<b>2.9 Komunitas .....</b>	<b>46</b>
<b>2.10 EXO-L .....</b>	<b>47</b>
<b>2.11 Remaja.....</b>	<b>48</b>
<b>2.12 Korean Pop .....</b>	<b>50</b>
<b>2.13 Kota Bogor .....</b>	<b>50</b>
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
<b>3.1 Pendekatan, Jenis, dan Metode Kualitatif .....</b>	<b>52</b>
<b>3.2. Penentuan Informan .....</b>	<b>55</b>
<b>3.3 Teknik Pengumpulan Data.....</b>	<b>56</b>
<b>3.4. Teknik Analisis Data .....</b>	<b>59</b>
<b>3.5. Lokasi Penelitian dan Jadwal Penelitian.....</b>	<b>62</b>
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
<b>4.1.Deskripsi Wilayah Penelitian .....</b>	<b>63</b>
<b>4.2. Deskripsi Subyek Penelitian .....</b>	<b>65</b>
<b>4.2.1 Profil Informan Kunci .....</b>	<b>69</b>

<b>4.3. Hasil Penelitian .....</b>	<b>76</b>
<b>4.3.1 Deskripsi hasil penelitian Pola Hubungan Antarpribadi dalam Fandom EXO-L Bogor.....</b>	<b>76</b>
<b>4.3.2 Deskripsi Tahap-Tahap Pengembangan Hubungan Antarpribadi .....</b>	<b>82</b>
<b>4.4. Pembahasan .....</b>	<b>85</b>
<b>4.4.1 Pola Pengembangan Hubungan Antarpribadi yang dilakukan anggota Fandom EXO-L Bogor.....</b>	<b>86</b>
<b>4.4.2 Penetrasi Sosial dalam Pengembangan Hubungan Antarpribadi anggota Fandom EXO-L Bogor .....</b>	<b>90</b>
<b>4.4.3 Pengaruh Media Sosial Terhadap Komunikasi Antarpribadi dalam Fandom EXO-L Bogor.....</b>	<b>100</b>

## **BAB V PENUTUP**

<b>5.1. Simpulan.....</b>	<b>106</b>
<b>5.2. Saran .....</b>	<b>107</b>

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## **DAFTAR TABEL**

<b>3.1. Jadwal Pelaksanaan Penelitian .....</b>	<b>55</b>
<b>4.2 Tahapan Proses Penetrasi Sosial.....</b>	<b>75</b>
<b>4.4 pola pengembangan hubungan antarpribadi .....</b>	<b>78</b>
<b>4.5 Skema hubungan antarpribadi anggota fandom EXO-L Bogor .....</b>	<b>82</b>



## **DAFTAR GAMBAR**

<b>2.1 Model Interkasional .....</b>	<b>23</b>
<b>4.1. Peta Kabupaten Bogor .....</b>	<b>57</b>
<b>4.3 Acara-acara yang di ikuti oleh EXO-L Bogor .....</b>	<b>77</b>



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Komunikasi merupakan suatu hal yang sangat mendasar dalam kehidupan manusia. Dan bahkan komunikasi telah menjadi suatu fenomena bagi terbentuknya suatu masyarakat atau komunitas yang terintegrasi oleh informasi, dimana masing-masing individu dalam masyarakat itu sendiri saling berbagi informasi (*information sharing*) untuk mencapai tujuan bersama. Secara sederhana komunikasi dapat terjadi apabila ada kesamaan antara penyampaian pesan orang yang menerima pesan. (Menurut Anwar arifin (1988:17)), bahwa komunikasi adalah sebuah proses yang kaya makna. Hal ini dikarenakan komunikasi dapat dipetakan dengan menempatkan komunikasi sebagai proses sosial yang terdapat dalam konteks ilmu sosial. Para ahli dari bidang ilmu sosial melakukan riset menggunakan pendekatan komunikasi yang secara general berfokus pada satu titik, yaitu aktivitas manusia serta keterlibatan pesan dan tindakan yang dilakukan.

Sejak lahir, kita tidak dapat hidup sendiri untuk mempertahankan hidup. Kita perlu dan harus berkomunikasi dengan orang lain, untuk memenuhi kebutuhan biologis kita seperti makan dan minum, dan memenuhi kebutuhan psikologis kita seperti sukses dan kebahagiaan. Para psikologi berpendapat, kebutuhan utama kita sebagai manusia, dan untuk

menjadi manusia yang sehat secara rohani, adalah kebutuhan akan hubungan sosial yang ramah, yang hanya bisa terpenuhi dengan membina hubungan yang baik dengan orang lain.

Komunikasi, dalam konteks apa pun, adalah bentuk dasar adaptasi terhadap lingkungan. Menurut Rene Spitz, komunikasi (ujaran) adalah jembatan antara bagian luar dan bagian dalam kepribadian: “Mulut sebagai rongga utama adalah jembatan antara persepsi dalam dan persepsi luar; ia adalah tempat lahir semua persepsi luar dan model dasarnya; ia adalah tempat transisi bagi perkembangan aktivitas intensional, bagi munculnya kemauan dari kepasifan.” (Mulyana, 2008).

Komunikasi pada hakekatnya adalah suatu proses sosial yaitu kegiatan yang berlangsung antara manusia. Sebagai proses sosial, maka di dalam komunikasi selain terjadi hubungan antarmanusia juga terjadi interaksi atau saling mempengaruhi sehingga terjadilah perubahan sosial. Komunikasi berasal dari kata “*communicare*”, yaitu yang didalam bahasa latin mempunyai arti “berpartisipasi” ataupun “memberitahukan”. Kesimpulannya, komunikasi adalah proses sosial antara manusia yang bertujuan untuk terjadinya suatu perubahan sosial.

Menurut Hovland (dalam Effendy, 2002 : 10) “komunikasi adalah proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangannya (biasanya menggunakan lambang-lambang verbal) untuk mengubah perilaku orang lain.”

Kesimpulannya, komunikasi adalah proses komunikator menyampaikan rangsangannya (biasanya menggunakan lambang-lambang verbal) kepada komunikan untuk mengubah perilaku orang lain.

Secara umum komunikasi terdiri dari unsur-unsur:

1. Komunikator (*sumber, source, sender*)
2. Pesan (*message, content, signal*)
3. Media (*channel, media*)
4. Komunikan (*audience, receiver, sasaran*)
5. Efek (umpan balik, akibat, *impact*)

Tujuan komunikasi agar efektif adalah:

1. Menjamin pemahaman (*to secure understanding*)
2. Menjamin penerimaan (*to establish acceptance*)
3. Memotivasi kegiatan (*to motive action*)

Dengan demikian penulis menyimpulkan secara keseluruhan dari pengertian-pengertian di atas, bahwa komunikasi adalah suatu proses pertukaran informasi dari satu sumber kepada satu penerima atau lebih dengan maksud untuk merubah tingkah laku mereka yang nantinya tiba pada saling pengertian.

Bila dihubungkan antara masalah pokok penulis dengan masalah komunikasi, maka akan terlihat adanya suatu proses pertukaran informasi dimana antar anggota dalam fandom yang menjadi komunikator dan komunikan untuk memberikan informasi satu sama lain melalui media sosial, komunikasi massa, maupun tatap muka untuk menciptakan suatu hubungan yang baik. Namun, membina hubungan tidaklah mudah. Banyaknya perbedaan antara satu sama lain apalagi dalam berkomunikasi bisa memicu konflik dalam hubungan antar pribadi.

Komunikasi antar pribadi adalah proses transaksi komunikasi diantara orang-orang. Ketika kita berbicara dengan seorang teman, misalkan, kemudian teman kita tersenyum. Atau ketika atasan Anda menjelaskan sebuah ide, dan Anda mengangguk untuk menunjukkan bahwa Anda memahami. Dalam percakapan antar pribadi, semua pihak berkomunikasi secara kontinu dan bersamaan (*simultaneously*).

Karena sifatnya yang transaksional, maka setiap orang yang terlibat dalam sebuah percakapan berbagi tanggung jawab untuk membuat agar percakapan diantara mereka berjalan efektif, dengan demikian, komunikasi yang efektif dalam sebuah percakapan menjadi tanggung jawab setiap orang yang terlibat dalam percakapan tersebut, dan bukan menjadi beban satu orang saja.

Mungkin kita pernah mendengar ucapan seperti ini : “kau tidak mengekspresikan dirimu dengan benar” atau “kamu salah paham”, seolah-olah pemahaman hanya disandarkan pada satu orang. Padahal,

kenyataannya, tanggung jawab untuk komunikasi yang efektif dibebankan bukan hanya kepada komunikator, namun juga komunikan.

Seperti yang dijelaskan di atas bahwa komunikasi antarpribadi melibatkan sedikitnya dua orang dan komunikator dan komuniknya saling tatap muka atau *face to face*. Dengan keadaan seperti ini kita bisa mendapatkan informasi dan juga memberikan informasi karena karakteristik komunikasi antarpribadi bahwa komunikator bisa menjadi komunikan dan begitupun sebaliknya.

Kita bisa berbagi informasi tentang hal-hal umum sampai hal pribadi dari diri kita, bahkan menyangkut hal-hal yang kita sukai. Kita biasanya berbagi hal yang kita sukai dengan orang lain yang memiliki kesukaan sama dengan kita. Memiliki bahasan yang sama membuat kita merasa nyaman untuk mengatakan apapun tentang kesukaan kita itu. Apalagi jika lawan bicaranya merespon positif tentang apa yang sedang kita bahas. Hal sama dirasakan pula oleh remaja-remaja yang mempunyai suatu kegemaran yang sama. Seperti yang terjadi pada remaja-remaja para pecinta K-pop yang sekarang sedang banyak tersebar di berbagai daerah di Indonesia ini.

Seiring dengan tersebarnya musik K-Pop seluruh penjuru dunia, geliat K-Pop belakangan menampilkan pesona dan pengaruh mereka. Penggemar K-pop (kepanjangan dari Korean Pop) semakin merajalela di belahan dunia manapun. Menurut statistik, jumlah penggemar budaya pop Korea yang dikenal sebagai *hallyu* atau Korean Wave mencapai 3,3 juta

orang yang tersebar di 20 wilayah dunia. Tidak terkecuali di Indonesia, penggemar K-Pop mulai mengelompokkan diri. Demam Hallyu yang dipicu oleh popularitas musik dan drama Korea.

Masuknya budaya Korea diawali dengan munculnya beberapa drama seri Korea yang di tayangkan di televisi Indonesia. Dari sana lah kita mengenal beberapa artis Korea dan mulai tertarik lebih mengenal tentang Korea juga musiknya. Dari drama seri inilah biasanya *official soundtrack*nya dinyanyikan oleh artis-artis terkenal di Korea dan tak jarang pula dinyanyikan oleh salah anggota boygrup atau girlgrup idola disana. Seperti drama terkenal Boys Before Flower yang salah satu soundtracknya dinyanyikan oleh anggota dari boygrup atau boyband SS501, SHINee, Kara, dan Tmax. Seiring dengan semakin terkenalnya drama-drama buatan negri ginseng ini, lagu-lagu dari soundtracknya pun semakin diminati oleh masyarakat di Indonesia. Yang awalnya hanya menjadi penikmat drama-dramanya menjadi beralih menyukai musik-musiknya. Dan dari sanalah banyak masyarakat yang menjadi pecinta K-pop.

Korean pop atau biasa dikenal dengan K-pop adalah sebutan untuk aliran musik pop yang berasal dari Korea Selatan. Para pecinta K-pop biasanya menyukai boyband, girlband dan bahkan penyanyi solo Korea Selatan. Sebut saja TVXQ, Super Junior, BIGBANG, SNSD, 2NE1, BTS, EXO, BoA, Kangta dkk. Bahkan para pecinta K-pop atau bisa disebut juga dengan Kpopers ini akan mengidentifikasikan dirinya sesuai dengan nama

fansclub idolanya. Seperti fans BIGBANG dengan sebutan VIP, TVXQ dengan fans yang menyebut mereka Cassiopeia dan SONE untuk fans SNSD. Umumnya rata-rata usia para kpopers adalah remaja yang usianya berkisar dari empat belas tahun sampai dengan dua puluh tahun. Bahkan tak jarang pula Kpopers yang menginjak usia tiga puluh tahunan keatas.

Perkembangan Korean Pop di Indonesia mengingatkan kita akan budaya yang juga pernah dan masih di ikuti sebagian orang saat ini yaitu *Harajuku Style* di Jepang. *Harajuku Style* adalah sebutan populer untuk gaya jalanan yang diadopsi dari kawasan Harajuku. Harajuku pernah sangat menarik minat anak muda dunia, termasuk Indonesia. Gaya, pilihan warna dan motif pakaian yang dikenakan para kaum muda di seputar Harajuku banyak ditiru oleh kalangan muda di Indonesia. Umumnya mereka memiliki perhatian khusus pada produk budaya pop Jepang lainnya, seperti: *anime*, *cosplay*, komik, makanan, film, majalah, dan juga musik serta bahasa Jepang.

Para kaum muda ini hadir membawa produk persilangan budaya baru yang merupakan perpaduan dari budaya Jepang dan budaya Indonesia. Masuknya gaya Harajuku di Indonesia tidak terlepas dari era globalisasi yaitu masuknya budaya asing ke Indonesia. Salah satunya adalah Jepang. Globalisasi budaya faktor utamanya adalah pesatnya perkembangan teknologi informasi. Faktor lainnya adalah tren masyarakat kota Indonesia sekarang, seperti “budaya sms”, *blog*, kegilaan terhadap hal-hal yang berkaitan dengan gaya hidup *underground*, kegemaran

terhadap *facebook* atau sejenisnya. Dampaknya gaya Harajuku akhirnya juga mempengaruhi pasar *fashion* di Indonesia dengan cepat baik dari busana, rambut, rias wajah sampai aksesoris, dan lain-lain.

Seperti yang disebutkan di atas para penggemar K-pop biasanya terdiri dari para remaja belasan tahun. Remaja sendiri merupakan masa transisi atau peralihan dari masa kanak-kanak menuju masa dewasa. Di usia remaja ini, terjadi mengembangkan *sense of personal identity* keinginan kuat untuk menjadi matang dan diterima dalam kelompok teman sebaya dan orang dewasa. Menurut Erick Erison, bahwa masa remaja terjadi masa krisis, masa pencarian jati diri. Dia berpendapat bahwa penemuan jati diri seseorang didorong oleh sosiokultural. Sedangkan menurut Freud, kehidupan sosial remaja didorong oleh dan berorientasi pada kepentingan seksual. Dalam hal ini remaja mengembangkan identitasnya sebagai kelompok pecinta K-pop atau Kpopers. Remaja biasanya menceritakan tentang idolanya satu sama lain, bertukar informasi penting tentang idolanya, gosip yang sedang hangat diperbincangkan, hingga koleksi album atau barang-barang yang berkaitan dengan sang idola.

Belakangan ini ada salah satu fandom yang sedang hangat dibicarakan oleh kalangan remaja-remaja, yaitu fandom EXO-L atau yang biasa disebut Aeri sedang gencar dibicarakan karena loyalitas dan juga kepedulian mereka terhadap anggota fandom satu sama lain. EXO-L adalah sebutan untuk fansclub atau fandom dari Boyband dibawah

naungan SM Entertainment. Walaupun EXO-L bisa dibilang sebagai fandom yang baru dibentuk oleh SM Ent. Namun, kekuatan mereka tidak bisa begitu saja diremehkan. Disaat Boyband EXO mengalami masalah karena harus ditinggalkan oleh beberapa anggotanya, EXO-L lah yang menguatkan anggota yang tinggal. EXO-L menjaga satu sama lain disaat mereka tengah jatuh.

EXO-L atau EXO Love adalah nama untuk fandom resmi para fans boyband EXO. Nama EXO-L dibuat oleh Suho *leader* boyband EXO dan diresmikan oleh perusahaan yang menaungi EXO yaitu SM Entertainment pada tanggal 5 Agustus 2014. Kemudian pada waktu yang sama S.M. Entertainment membuka akun resmi (*official*) EXO-L yang dijalankan melalui aplikasi *mobile* khusus untuk penggemar EXO yang bertujuan untuk mengetahui berapa banyak penggemar EXO di dunia serta memberikan penggemar sebuah ID *card* dalam bentuk *soft file*.

Mereka yang bergabung akan diberikan *barcode* khusus. Ini memberikan mereka akses ke acara obrolan khusus dan berbagai konten, serta jadwal yang berkaitan dengan aktivitas EXO. Apalagi untuk mengetahui kegiatan dan foto-foto keseharian anggota EXO yang tidak mempunyai akun sosial media. Foto-foto mereka yang memang dibagikan pada para anggota EXO untuk menyapa penggemarnya yaitu EXO-L.

Sejak SM Ent. mengeluarkan identitas resmi untuk fandom EXO, yaitu EXO-L banyak penggemar EXO di seluruh dunia membuat nama fandom EXO-L sesuai dengan Negara mereka, seperti EXO-L Korea,

EXO-L Jepang, EXO-L Jerman dan ada juga EXO-L INA atau EXO-L Indonesia. Membuat fandom dengan asal negeri mereka ini bertujuan mengetahui identitas asal EXO-L serta untuk menjalin hubungan yang lebih intensif dengan EXO-L yang berasal dari Negara yang sama. EXO-L juga dapat berkomunikasi dengan EXO-L dari berbagai Negara dengan bertemu di konser EXO.

Bahkan beberapa EXO-L saling berteman melalui media sosial, seperti Instagram dan Twitter. Di Indonesia sendiri, terbentuk nama *fandom* EXO-L INA atau EXO-L Indonesia untuk penggemar EXO dari Indonesia yang bertujuan untuk saling mengenal dan saling tukar-menukar informasi tentang EXO, menjual barang dagangan (*merchandise*) EXO, hingga melakukan pertemuan untuk even-even terkait EXO maupun Korea.

Sejak terbentuknya EXO-L resmi yang dikeluarkan oleh SM Ent. dan banyak terbentuk juga EXO-L di berbagai Negara tak ketinggalan juga Indonesia yang membentuk EXO-L INA atau EXO-L Indonesia banyak penggemar Indonesia yang membuat fandom EXO-L sesuai dengan daerah asal mereka. Daerah asal di sini merujuk pada kota-kota yang ditempati oleh anggota EXO-L seperti EXO-L Jakarta, EXO-L Bandung, EXO-L Malang dll. Dengan aktivitas yang serupa dengan sesama anggota EXO-L yang berasal dari kota yang sama. Seperti melakukan proyek ulang tahun anggota EXO maupun *event* lainnya. Komunitas EXO-L di kota-kota Indonesia juga sering berinteraksi melalui dunia maya. Misalnya, interaksi

antara EXO-L Jakarta dan EXO-L Malang yang saling memberikan ucapan selamat untuk perayaan ulang tahun (*anniversary*) komunitas EXO-L Jakarta maupun Malang. Tak ketinggalan penggemar EXO yang berasal dari Kota hujan yaitu Bogor.

Para anggota EXO-L sering bertemu untuk sekedar kopi darat sambil membicarakan proyek yang selalu mereka kerjakan. Maka dari itu peneliti ingin mengetahui apa saja yang mereka kerjakan dan juga bagaimana cara mereka membangun hubungan antara satu sama lain dengan latar belakang yang berbeda tapi mempunyai satu kesamaan dan kesukaan.

Penulis ingin mengetahui bagaimana cara mereka berkenalan, terbuka antara satu sama lain, dan juga mengembangkan hubungan antarpribadi mereka. Maka dari itu penulis melakukan penelitian pada remaja-remaja yang telah memasuki fandom EXO-L yang ada di Indonesia khususnya di daerah Bogor dan sekitarnya. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“POLA PENGEMBANGAN**

**HUBUNGAN ANTARPRIBADI REMAJA (Studi Kasus Pecinta K-POP dalam Fandom EXO-L Bogor)”** untuk mendalami tentang perkembangan hubungan antarpribadi di dalam fandom EXO-L.

Sebelumnya terdapat penelitian sejenis yang berkaitan dengan penelitian ini yang pertama penelitian oleh Ummul Azzah Nurlaila (1306015112) . Presentasi Diri *Cross Dance Cover K-Pop* (Studi

Dramaturgi *Cross Dance Cover K-Pop* di Jakarta). *Cross dance cover* menarikan gerakan grup idola lawan jenis, baik laki-laki meniru gerakan grup perempuan (*girlband*) ataupun sebaliknya, perempuan meniru gerakan grup laki-laki (*boyband*).

Fokus penelitian ini adalah melihat bagaimana seorang *cross dance cover* dalam berdramaturgi. Berfokus dalam panggung depan dan panggung belakang seorang *cross dance cover* di Jakarta.

Teori yang digunakan adalah teori Dramaturgi. Peneliti menggunakan teori ini untuk melihat panggung depan dan panggung belakang seorang *cross dance cover K-Pop*. Dramaturgi adalah sandiwara kehidupan yang disajikan manusia. Dramaturgi merupakan pandangan bahwa ketika manusia berinteraksi dengan sesamanya, ia ingin mengelola kesan yang ia harapkan tumbuh pada orang lain terhadapnya.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deksriptif menggunakan metode Fenomenologi. Pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi.

Hasil menunjukkan bahwa *cross dance cover* mempunyai dua bagian kehidupan, yaitu panggung depan dan panggung belakang. Saat dipanggung depan, *cross dance cover* berpenampilan layaknya artis perempuan yang mereka tiru baik dari pakaian, tata rias, hingga perilakunya. *Cross dance cover* juga memiliki istilah-istilah gaul dalam berkomunikasi yang hanya digunakan saat berkumpul dengan komunitasnya. Ketika dipanggung belakang, *cross dance cover* menjadi

dirinya sendiri, menjadi laki-laki seperti pada umumnya, baik dari pakaian, tata rias, bahasa, hingga perilakunya.

Yang kedua adalah penelitian dari Nopa Purwanto, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. INTERPERSONAL RELATIONSHIP DI KALANGAN PEROKOK AKTIF WANITA ( Studi Deskriptif Kualitatif pada Perokok Aktif Wanita di Kedai Kebun Forum Yogyakarta ).

Hasil dari penelitian ini yaitu terjadinya pengembangan hubungan diantara perokok aktif wanita. Hubungan tersebut mengikuti tahap-tahap pengembangan hubungan dan dipengaruhi rokok. Meskipun rokok tidak sepenuhnya berpengaruh dalam perkembangan hubungan tersebut, dan dalam penelitian ini, di jelaskan bahwa tidak semua hubungan perokok aktif wanita yang mencapai tahap pertukaran stabil. Terdapat pula hubungan yang hanya sebatas saling terbuka satu sama lain.

Lalu yang ketiga adalah penelitian dari Tuti Bahfiarti Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin Makassar PENGEMBANGAN HUBUNGAN DALAM KOMUNIKASI ANTARPRIBADI MANTAN NARAPIDANA PEREMPUAN BUGIS-MAKASSAR

Fokus penelitiannya adalah bagaimana komunikasi antarpribadi mantan narapidana perempuan dalam melakukan pengembangan hubungan antarpribadi dengan masyarakat Bugis-Makassar. Tujuan penelitian ini adalah menemukan dan mengkategorisasikan pengembangan hubungan

antarpribadi, menggambarkan pola tahapan pengembangan hubungan antarpribadi mantan narapidana perempuan dengan *old significant others* dan *new significant others*.

Dalam mencapai tujuan penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif atau paradigma interpretatif. Berdasarkan pada metode penelitian kualitatif, maka pengumpulan data dilakukan melalui observasi non partisipan atau pengamatan tidak berperan, wawancara mendalam (*in-depth interview*), studi dokumenter yang relevan penelitian subkultur Bugis-Makassar.

Perbedaan dari ketiga penelitian ini dengan apa yang peneliti yaitu:

**Pertama**, walaupun objek yang diteliti sama-sama tentang K-POP namun perbedaannya adalah objek yang diteliti pada satu penelitian sebelumnya adalah tentang kelompok *cross dance cover* sementara yang akan peneliti teliti adalah kelompok fandom EXO-L.

**Kedua**, dua penelitian sebelumnya meneliti tentang bagaimana pola komunikasi antarpribadi, dan hubungan dalam komunikasi antarpribadi. Namun, berbeda dengan satu penelitian terakhir yang meneliti tentang bagaimana pengembangan hubungan antarpribadi. Sementara peneliti sendiri ingin meneliti bagaimana pola-pola yang terjadi dalam pengembangan hubungan antarpribadi antar remaja pecinta K-POP dalam fandom EXO-L yang sebagaimana peneliti tahu bahwa mereka dari kalangan yang berbeda dengan latar belakang yang berbeda pula.

**Ketiga**, dari ketiga penelitian sebelumnya hanya satu peneliti yang menggunakan metodologi fenomenologi dalam penelitiannya, dan peneliti melakukan pengembangan penelitian melalui metodologi fenomenologi yang dimana peneliti berusaha mencari tentang hal-hal yang perlu (esensial), struktur invarian (esensi) atau arti pengalaman yang mendasar dan menekankan pada intensitas kesadaran dimana pengalaman terdiri hal-hal yang tampak dari luar dan hal-hal yang berada dalam kesadaran masing-masing berdasarkan memori, image dan arti.

## 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka perumusan masalah pada penelitian ini adalah: Bagaimana pola-pola penjangkauan dalam pengembangan hubungan antarpribadi para pecinta Kpop?

## 1.3 Pembatasan masalah

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang telah diuraikan, maka peneliti membatasi masalah sebagai berikut: Tentang pola-pola pengembangan hubungan antarpribadi remaja pecinta K-POP dalam fandom EXO-L Bogor

## 1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah: Untuk mengetahui bagaimana pola pengembangan hubungan yang dilakukan oleh para remaja pecinta Kpop.

## **1.5 Kontribusi Penelitian**

### **1.5.1 Kontribusi Akademis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada perkembangan ilmu komunikasi khususnya di bidang komunikasi antar pribadi. Penerapan pola hubungan antarpribadi diharapkan mampu memberikan pemahaman remaja terhadap hubungan antar sesama yang sangat berpengaruh terhadap kehidupan bermasyarakat.

### **1.5.2 Kontribusi Metodologis**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif yang mempunyai tujuan menggali informasi secara mendalam dan memaparkan secara sistematis, terperinci, dan akurat tentang fakta fakta mengenai pola hubungan antarpribadi dalam pengembangan hubungan para remaja pecinta Kpop yang sedang marak saat ini.

### **1.5.3 Kontribusi Sosial**

Peneliti berharap penelitian ini dapat mendatangkan manfaat bagi masyarakat luas sehingga mereka memahami bahwa tidak semua remaja yang menyukai kebudayaan luar negeri akan berdampak negatif bagi lingkungan sosialnya.

## 1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran secara keseluruhan mengenai materi pokok penelitian ini, penulis membaginya dalam bab-bab yang terdiri atas:

### **BAB I: PENDAHULUAN**

Bab ini membahas latar belakang masalah, permasalahan, tujuan penulisan, pambatasan masalah, kontribusi penelitian dan sistematika penulisan.

### **BAB II: LANDASAN TEORI**

Bab ini berisi tentang analisa berorientasi obyek, perancangan berorientasi obyek, pengertian sistem yang dirancang dan teori pendukung lainnya.

### **BAB III: METODOLOGI PENELITIAN**

Dalam bab ini akan dibahas mengenai tipe penelitian, metode penelitian, teknik pengumpulan data, subyek penelitian, teknik analisi data, dan waktu pelaksanaan penelitian.

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN:** bab ini menjelaskan tentang deskripsi subyek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan.

**BAB V PENUTUP:** bab ini menjelaskan tentang simpulan dan saran/rekomendari dari segi akademis, metodologis, dan sosial.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro, Q-Anees, 2007. *Filsafat Ilmu Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekama Media
- Ariesto, Hadi Sutopo dan Adrianus Arief. 2010. *Terampil Mengolah Data Kualitatif Dengan NVIVO*. Jakarta: Penerbit Prenada Media Group
- Arifin, Anwar. 1988. *Ilmu Komunikasi: Sebuah Pengantar Ringkas*. Jakarta: Rajawali
- Banyugiri, Shafira. 2012 *Korean Chingu*. Jakarta: PT.Tangga Pustaka.
- Budyatna, Muhammad & Ganiem, Leila Mona. 2011. *Teori Komunikasi Antar Pribadi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti
- Effendy, Onong Uchjana. 2007. *Ilmu Komunikasi (Teori dan Praktek)*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Gunarsa, S. D, & Gunarsa, Y. S. D. 2001. *Psikologi Perkembangan Anak dan Remaja*. Jakarta: BPK Gunung Mulia.
- Harapan, Edi dan Ahmad, Syarwani. 2014. *Komunikasi Antarpribadi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Hurlock, E. (2004). *Psikologi Perkembangan*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka
- Joseph A. Devito. 1997. *Komunikasi Antarmanusia*. edisi kelima.
- Kertajaya, Hermawan. (2008). *Arti komunitas* :Gramedia Pustaka Utama
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Pranada Media Group.
- Liliweri, Alo. 1997. *Komunikasi Antarpribadi*. Bandung : Citra Aditya Bakti

- , 1994. *Perspektif Teoritis, Komunikasi Antarpribadi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti
- , 2001. *Gatra gatra komunikasi antar budaya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Morissan M., dkk. 2012. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana
- Moleong, Lexy. 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Karya
- Monks F.J, Knoers A.M.P., Haditono S.R. 2002. *Psikologi Perkembangan Pengantar dalam Berbagai Bagiannya, Edisi Keempat Belas*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Mulyana, Deddy. 2008. *Ilmu Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset Bandung.
- , 2005. *Komunikasi Efektif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Nawawi, Hadari. 1991. *Metodologi Penelitian Bidang Sosial*. Gajah Mada University Press. Yogyakarta.
- , 1994. *Metode Penelitian Ilmiah*. Jakarta: Rineka Cipta,
- Nawawi, Hadari dan Martini Hadari. 1992. *Instrumen Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Nazir, M. 1988. *Metode Penelitian*, Jakarta: Ghalia Indonesia
- Rahman, Nurlina. 2004. *Konsep Diri Pemakai Narkoba Dalam Konteks Komunikasi Antar Pribadi*, Program Pasca Sarjana Fikom. Unpad, Bandung
- Rahmat, Jalaluddin. 1991. *psikologi komunikasi edisi revisi*.bandung: PT remaja Rosdakarya
- Rohim, Syaiful. 2009. *Teori Komunikasi: Perspektif, Ragam, dan Aplikasi*. Jakarta: Rineka Cipta.

Soenarno. 2002. *Kekuatan Komunitas Sebagai Pilar Pembangunan Nasional*, makalah disajikan pada Seminar Nasional – *Kekuatan Komunitas sebagai Pilar Pembangunan*, Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah, Jakarta

Subagyo, P. J. (2006). *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek*. Jakarta: PT Rineka Cipta.

Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta

Vardiansyah, Dani. 2008. *Filsafat Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Jakarta: PT Indeks.

West, Richard dan Turner, Lynn H. 2012. *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.

Whitney, F. 1960. *The Element Of Research*. New York :Prentice-Hall, In

#### **INTERNET**

Kompasiana dalam <http://fiksi.kompasiana.com/drama/2012/06/16/fenomena-korea-diindonesia>

[www.scribd.com/document/326523103/jurnal-remaja](http://www.scribd.com/document/326523103/jurnal-remaja)

<https://coppamagz.com/sejarah-fandom-exo-dan-exo-l/>

[https://id.wikipedia.org/wiki/Kota\\_Depok](https://id.wikipedia.org/wiki/Kota_Depok)

<http://jipd.uhamka.ac.id/index.php/jipd/article/view/50>