

**HIBRIDITAS DALAM PEMBENTUKAN BUDAYA PENGGEMAR**  
(Studi Etnografi tentang Budaya Penggemar pada *Fandom* VIP Malang)

Oleh :  
**Eka Putri Ayu Dita Kusuma**  
NIM. 0811210032

**ABSTRAK**

Terpaan akan fenomena *Hallyu Wave* sudah mulai dirasakan di Indonesia. Masuknya drama-drama Korea dan juga musik *K pop* di beberapa stasiun televisi swasta menjadi buktinya. Kepopuleran musik *K pop* juga ditandai dengan merebaknya *fansclub-fansclub* atau yang biasa disebut dengan *fandom* turut mewarnainya. Jurnal ini akan memaparkan mengenai pembentukan budaya penggemar di dalam *fandom* yang bernama VIP yang bertempat di Kota Malang serta gejala hibriditas di dalamnya. Penelitian ini merupakan studi etnografi yang dianalisis dengan menggunakan konsep dari Henry Jenkins mengenai budaya penggemar untuk membantu menjelaskan proses pembentukan budaya penggemar, serta teori hibriditas dari Homi K. Bhabha untuk menganalisis bentuk hibriditas budaya penggemar. Budaya penggemar terbentuk melalui perilaku *fandom* antara lain *fansite*, *fangath*, *fanproject*, *fancover*, *fanfic*, *fanart*, *fanchant*, *fancam/fanvid*, dan *fanwar*, serta atribut *fandom* yang tampak pada *crown*, *bias*, *dresscode*, *goodies*, *handbanner*, *crownstick*, dan *encore*. Kemudian bentuk hibriditas ditunjukkan pada domain *fanfic* dan *fancover*.

Kata Kunci : *Fandom* VIP Malang, Budaya Penggemar, Hibriditas

**ABSTRACT**

Exposure to the Hallyu Wave phenomenon is already being felt in Indonesia. The influx of Korean dramas and K Pop music in several private television stations into evidence. The popularity of K pop music is also characterized by widespread fanclub - fanclub or commonly referred to as the fandom also coloring. This journal will be explained about the formation of fan culture in fandom called VIP which is housed in Malang and symptoms of hybridity in it. This research is an ethnographic study that analyzed by using the concept of Henry Jenkins on fan culture to help explain the process of the formation of fan culture, as well as theories of Homi K. Bhabha hybridity to analyze forms of cultural hybridity fans. Culture enthusiasts formed through behavior among other fandom fansite, fangath, fanproject, fancover, fanfic, fanart, fanchant, fancam / Fanvid, and fanwar, as well as the attributes that appear in the crown fandom, bias, dresscode, goodies, handbanner, crownstick, and encore. Then the form of hybridity is shown in fanfic and fancover domain.

Keywords : Fandom VIP Malang, Fan Culture, Hybridity

## ***Hallyu Wave, K pop, dan Fandom di Indonesia***

Fenomena *Hallyu* yang telah mewabah di beberapa negara memang menawarkan hiburan tersendiri. Mulai dari film, drama, musik sampai dengan produk-produk elektronik yang canggih seperti *gadget*. Amellita (2010) menyatakan, gelombang serta aliran budaya pop Korea mendapat sambutan baik di banyak negara Asia, seperti Hongkong, Taiwan, China, Indonesia, Thailand, Vietnam, Filipina, dan Jepang. Para remaja putri dan Ibu-ibu di negara ini tergila-gila dengan produk budaya Korea, diantaranya musik pop, film, drama, pementasan musik, pertunjukkan drama, dan program televisi. Di dalam drama dan film-film Korea musik *K pop* memiliki peran tersendiri dalam menghidupkan sebuah cerita. Lagu-lagu yang disajikan memang terdengar ringan dan mudah diingat sekalipun bahasa yang digunakan tidak dimengerti. Lagu tersebut mampu membawa emosi penonton untuk ikut merasakan apa yang diceritakan dalam drama dan film. Inilah yang membuat musik *K pop* mudah diterima oleh masyarakat, terutama pecinta drama dan film Korea.

Amellita (2010) menjelaskan bahwa fenomena *Hallyu* bisa dirasakan di Indonesia pada tahun 2002. Yakni ketika penayangan drama Korea untuk pertama kalinya di salah satu stasiun televisi swasta yang berjudul *Endless Love* merupakan pemicunya. Sejak saat itu, demam Korea mulai merebak menggantikan film-film Asia lainnya seperti Jepang, Taiwan dan Hongkong yang pernah lebih dahulu masuk ke Indonesia. Nugroho (dalam Amellita, 2010, hlm 2) mengungkapkan bahwa sebelum adanya fenomena *Hallyu*, masyarakat Indonesia juga sudah akrab dengan produk budaya India, Jepang, Taiwan, Eropa, dan Amerika Latin, yang telah masuk terlebih dahulu. *Hallyu* mampu menggeser posisi produk budaya pendahulunya dan berhasil mendapat perhatian masyarakat Indonesia. Ketika budaya *Hollywood*, *Bollywood*, Taiwan dan Jepang merebak di Indonesia efek yang ditimbulkan tidak sedemikian hebatnya. Jarang terlihat klub penggemar budaya Taiwan ataupun jenis reaksi lain yang besar terhadap produk-produk budaya yang datang ke Indonesia.

*K pop* memiliki daya tarik tersendiri bagi para penggemarnya. Selain karena lagunya yang *easy listening* serta tariannya yang enerjik, para penyanyinya pun sangat rupawan. Sehingga dapat melengkapi kebutuhan penggemar dalam menikmati musik. Dengan berkonsep *boy band* dan *girl band*, *K pop* mampu memikat hati siapa saja yang melihatnya hingga menuai kesuksesan seperti di Indonesia.

Pesona rupawan yang dibawa oleh *boy band* dan *girl band* ini disempurnakan lagi dengan *fashion style* mereka. Gaya berbusana dan gaya rambut yang *up to date* membuat mereka terlihat semakin menarik saat menyanyi dan menari. Gaya mereka pun mulai menjadi *trendsetter* dan ditiru oleh artis-artis lain seperti halnya di Indonesia. Semenjak kehadiran *boy band* dan *girl band* Korea, di Indonesia saat ini mulai bermunculan kelompok-kelompok musik *boy band* dan *girl band* juga dengan konsep dan *style* yang hampir sama.

Beberapa *boy band* dan *girl band* Korea yang memiliki banyak penggemar dan mencapai kesuksesan di beberapa negara, diantaranya Super Junior, SNSD, f(x), TVXQ, Big Bang, dan SHINee. Grup-grup tersebut telah menggelar konser di

Indonesia beberapa waktu yang lalu, dan menuai antusiasme yang begitu besar dari para penggemarnya. Kecintaan terhadap *boy band* dan *girl band* Korea ini kemudian memicu lahirnya *fandom-fandom* artis/penyanyi Korea, seperti yang terjadi di Indonesia, tepatnya di Kota Malang. Antusiasme yang tampak pada berbagai kegiatan *Hallyu* di Kota Malang memicu terbentuknya sebuah kebudayaan baru yang berasal dari penyerapan budaya *K pop* yang masuk ke Indonesia. Para penggemar memiliki berbagai bentuk perwujudan dalam menunjukkan kecintaannya terhadap idola. Beberapa hal yang sering dilakukan antara lain pembuatan *fanfiction* dan kegiatan *cover dance*. *Fanfiction* biasanya dilakukan oleh individu atau perseorangan. Kegiatan ini berkaitan dengan imajinasi para penulisnya, penulis bebas bercerita sesuai dengan keinginannya dan melibatkan idola sebagai tokoh utama dalam ceritanya. Kegiatan lain seperti *cover dance* adalah kegiatan menirukan tarian dari *boyband* atau *girlband* tertentu yang biasanya dilakukan secara bersama-sama atau kelompok. Salah satunya adalah *fandom* VIP Malang. *Fandom* ini adalah nama kelompok penggemar dari *boy band* Big Bang. Kegiatan-kegiatan tersebut merupakan suatu dampak dari penyerapan budaya *K pop* yang dilakukan oleh para penggemar

Perilaku-perilaku yang terjadi di dalam *fandom* VIP Malang kemudian membentuk suatu budaya penggemar. Dimana budaya yang dihasilkan tersebut merupakan bentuk budaya hibrid dari budaya *K pop* dengan budaya *fandom* itu sendiri. Sehingga dapat dirumuskan masalah di dalam penelitian ini yaitu bagaimana proses pembentukan budaya penggemar di dalam *fandom* VIP Malang? serta bagaimana bentuk hibriditas yang tampak dari budaya tersebut?

### **Terbentuknya *Fandom* VIP Malang**

Fenomena akan kemunculan *fandom-fandom* Korea di Indonesia memang sangat terasa. Keberadaan mereka dapat dilihat dalam berbagai situs-situs dan berbagai media sosial. Mulai dari profil, anggota sampai kegiatan *fandom* di-*share* dalam akun media sosial mereka. *Fandom-fandom* ini dibentuk guna memfasilitasi para penggemar dari penyanyi/artis atau grup musik Korea agar dapat lebih leluasa menjalani hobinya sebagai seorang penggemar. Fauzi (2012) mengatakan bahwa *fandom* adalah sebuah komunitas berbasis kelompok yang mempunyai tujuan untuk mendukung kegiatan idolanya (Fauzi, 2012, hlm 1).

Kebanyakan dari *fandom* memang terkesan berlebihan dalam menunjukkan apresiasi mereka terhadap idola. Terkadang hal-hal yang tidak mungkin dilakukan oleh kebanyakan orang pada umumnya, tanpa ragu akan dilakukan oleh seorang *fans*. Maka perlunya dibentuk *fandom* adalah sebagai tempat untuk mengekspresikan diri para *fans* terhadap sang idola, untuk mendukung karirnya, atau bahkan sekedar menyalurkan hobi semata.

*Fandom* VIP Malang terbentuk pada tanggal 1 September 2010 dengan jumlah anggota yang terdaftar di dalam media sosial sekitar lebih dari 600 orang. *Fandom* ini didirikan oleh Marina, yang sekaligus menjadi ketuanya. Berbagai kegiatan yang pernah dilakukan oleh VIP Malang antara lain *cover dance*, perayaan

ulang tahun Big Bang, pertemuan rutin sampai dengan menonton konser Big Bang di Jakarta.

### **Pembentukan Budaya Penggemar *Fandom* VIP Malang Sebagai Budaya Hibrid**

Kehadiran *fandom* VIP Malang merupakan sebuah fasilitator bagi individu-individu yang menikmati teks budaya secara berlebihan. Seorang *fans* (penggemar) diartikan sebagai konotasi yang negatif. Jenkins (2005) menjelaskan bahwa penggemar diartikan sebagai sebuah kegilaan. Ia juga menjelaskan bahwa sebelumnya, *fans* diartikan sebagai pendukung tim olahraga tertentu, namun kemudian berkembang menjadi ‘pemuja’. Ia menambahkan, seorang *fans* biasanya adalah seorang wanita, dan pada kenyataannya mereka lebih menyukai sosoknya secara fisik daripada permainannya (Jenkins, 2005, hlm 12). *Fandom* adalah kumpulan dari para *fans* yang bergabung dalam sebuah kelompok penggemar tertentu, misalnya penggemar tim bola, penggemar motor gede atau penggemar grup musik. Jenkins mengatakan, *fandom* adalah sebuah kendaraan bagi kelompok yang terpinggirkan (perempuan, anak muda, lesbian, dsb) untuk membuka jarak budaya mereka dengan representasi budaya yang dominan.

Musik *K pop*, sebagai produk budaya populer berusaha menyebarkan ideologi kebudayaan. Pada praktiknya, para penikmat teks budaya yang oleh Jenkins disebut sebagai pemburu teks (*textual poachers*), menikmati teks budaya secara berlebihan, namun Jenkins menampik hal tersebut dan menjelaskan bahwa cara pemburu teks menikmati wacana budaya merupakan sebuah seni. Mereka tidak hanya mengkonsumsi produk budaya, namun juga mereproduksi teks budaya yang telah dimaknai. Praktik kebudayaan yang dilakukan oleh *fandom* VIP Malang akan dijelaskan dalam tabel domain perilaku VIP sebagai berikut :

**Tabel 1. Domain dan Taksonomik Perilaku *Fandom* VIP**

No.	Domain	Istilah/Subset 1	Istilah/Subset 2
1.	Perilaku <i>Fandom</i> VIP	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Fansite</i></li> <li>- <i>Fangath</i></li> <li>- <i>Fanproject</i></li> <li>- <i>Fancover</i></li> <li>- <i>Fanfic</i></li> <li>- <i>Fanart</i></li> <li>- <i>Fanchant</i></li> <li>- <i>Fancam/fanvid</i></li> <li>- <i>Fanwar</i></li> </ul>	<p><b><i>Fansite</i></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Join</i> situs tertentu, seperti <i>blog, facebook, twitter</i> atau <i>instagram</i></li> </ul> <p><b><i>Fangath</i></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Menghadiri Big Gathering VIP Malang yang rutin diadakan setiap tahun</li> <li>- Menghadiri Hallyu Explosion Malang (All KFM)</li> </ul> <p><b><i>Fanproject</i></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat <i>fanproject blue lightstick</i></li> <li>- Membuat <i>fanproject</i> parodi video klip berjudul Haru haru</li> </ul> <p><b><i>Fancover</i></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Melakukan <i>cover dance</i> dari tarian dalam lagu Big Bang</li> <li>- Melakukan <i>cover song</i> dari lagu Big Bang</li> </ul> <p><b><i>Fanfic</i></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cerita fiksi yang dibuat oleh penggemar tentang idola</li> <li>- Menulis <i>fanfic</i> dalam situs atau blog tertentu</li> </ul> <p><b><i>Fanart</i></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Menciptakan karakter dalam bentuk animasi</li> </ul> <p><b><i>Fanchant</i></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Menyerukan teriakan khusus saat konser Big Bang di Jakarta</li> <li>- <i>Fanchant</i> berbeda-beda untuk tiap lagu</li> </ul> <p><b><i>Fancam/fanvid</i></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Merekam aksi panggung saat konser Big Bang</li> <li>- Membuat <i>video presentation</i> tentang Big Bang</li> </ul>

			<p><b>Fanwar</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Perang antar penggemar yang biasanya terjadi di dalam media sosial akibat penggemar yang saling menghujat idola masing-masing <i>fandom</i></li> </ul>
--	--	--	--

Sumber : Data Olahan Pribadi, 2014

### 1. Fansite

*Fansite* adalah kegiatan mengakses situs online tertentu untuk memperoleh informasi, data dan berita seputar tokoh idola. Situs ini biasanya berbentuk *blog*, *facebook*, *twitter*, *instagram* atau *youtube*. *Fandom* VIP Malang juga memiliki akun dalam situs *facebook* dan *twitter*. Akun *facebook* tersebut bernama Big Bang is VIP Malang, dan akun *twitter* bernama VIP Malang. Akun-akun ini berisi data berupa kumpulan gambar-gambar dan berita tentang idola dan juga kegiatan VIP Malang. Saat penelitian berlangsung akun *fanpage* dalam *facebook* tersebut telah memiliki lebih dari 700 penggemar.

*Fansite* juga dapat dilakukan dengan mengikuti secara langsung akun pribadi milik idola. Biasanya para idola ini sengaja membuat akun *online* tertentu agar dapat berbagi dengan para penggemarnya, sehingga para penggemar bebas berkomentar jika sang idola melakukan suatu *posting* tertentu misalnya saja foto. Namun mereka tidak pernah membalas komentar-komentar tersebut dikarenakan banyaknya komentar dari penggemar yang berjumlah ribuan. Untuk memenuhi kebutuhannya sebagai penggemar, mereka secara rutin mengikuti berita mengenai idolanya. Berita yang didapatkan bisa berupa informasi atau foto dan video milik idola.

Dalam kegiatan *fansite*, terlihat adanya suatu bentuk hibriditas. Dua kebudayaan yang bersinggungan di dalam *fansite* (ruang ketiga) membuktikan adanya hibriditas. Anggota *fandom* VIP Malang sebagai kelompok terjajah mengakses *fansite* untuk dapat berhubungan dengan Big Bang dan untuk mencari informasi mengenai budaya penjajah melalui teks budaya yakni *fansite*. Bhabha (1994) berpendapat bahwa yang dapat berperan sebagai ruang ketiga adalah teks, teks dapat dihadirkan dalam novel, film dan musik, dalam teks-teks, aneka pemaknaan dilakukan. Melalui kegiatan *fansite* inilah mereka mencoba memaknai kembali budaya penjajah yang dikonsumsi.

### 2. Fangath

*Fangath* atau kependekan dari kata *fan gathering* adalah sebuah pertemuan yang diadakan oleh penggemar dalam suatu *fandom* atau seluruh *fandom* dalam satu kota. *Fangath* yang dilakukan oleh sebuah *fandom* biasanya dilakukan di dalam ruangan, sedangkan pertemuan seluruh *fandom* dilakukan di lapangan terbuka. *Fangath* yang diadakan oleh suatu *fandom* dilakukan secara rutin setiap tahun. Agenda kegiatannya adalah perayaan ulang tahun personil, menonton video konser

bersama-sama, *cover dance*, *bazaar*, *doorprize* dan permainan. Untuk *gathering* jenis ini, peserta akan dikenakan biaya masuk untuk kemudian ditukarkan dengan makan siang dan *goodies*. Sedangkan *fangath* yang diadakan untuk seluruh *fandom* dalam satu kota, biasanya diadakan pada saat festival *Hallyu*. Untuk memeriahkan acara tersebut, seringkali masing-masing *fandom* membuat *fanproject*.



Sumber : Data Pribadi, 2013

**Gambar 1. Tiket Baby dan Goodies Gathering VIP Malang**

*Fangath* juga dilakukan oleh *fandom* VIP Malang setiap tahun. Peneliti pun ikut hadir dalam acara *fangath* yang diadakan pada tanggal 18 Agustus 2013 lalu. Peneliti membeli tiket yang bernama Baby, dengan harga Rp.45.000,- dan mendapatkan *goodies* berupa, *sticker*, pin dan *handbanner*. Dalam acara tersebut terdapat beberapa agenda acara diantaranya *games*, menonton video konser Big Bang, *doorprize*, Big Bang and G-Dragon *Birthday Party*, Big Bang *Wannabe*, *cover dance* dan *cover song*. Acara tersebut dihadiri oleh sekitar 60 orang peserta. Peserta yang hadir tidak hanya yang berdomisili di Malang, namun ada juga peserta dari Kediri, Blitar, Jombang dan daerah lain yang berada di sekitar kota Malang. Beberapa peserta tampak antusias dengan mengenakan kostum ala Big Bang yang menjadi tema dalam *fangath*.

**Tabel 2. Jenis dan Harga Tiket Gathering VIP Malang**

No.	Nama Tiket	Harga	Keterangan
1.	Monster	Rp. 100.000,-	Replika kaos <i>one of a kind</i> , <i>handbanner</i> , pin, makan siang
2.	Fantastic	Rp. 85.000,-	Replika kaos <i>one of a kind</i> , <i>sticker</i> , pin, poster, makan siang
3.	Baby	Rp. 45.000,-	<i>Handbanner</i> , pin, <i>sticker</i> , makan siang

Sumber : Data Olahan Pribadi, 2013

Kegiatan *fangath* yang pernah diikuti *fandom* VIP Malang dalam skala besar adalah *Flashmob All KFM (K pop Fandom Malang)* dan *Hallyu Explosion* Malang.

*Flashmob* adalah *gathering* akbar yang diadakan oleh KFM untuk mempertemukan seluruh *fandom K pop* yang ada di kota Malang untuk melakukan *cover dance* bersama-sama. Kegiatan ini biasanya diadakan pada hari Minggu saat CFD (*Car Free Day*) di sepanjang Jalan Ijen, Malang. Sedangkan *Hallyu Explosion* merupakan kompetisi *cover dance* dan *cover song*, sehingga dilakukan di dalam sebuah *domme*. *Fandom VIP Malang* juga pernah mengadakan *fanproject* untuk mengisi acara *Hallyu Explosion*.

Bentuk peniruan tampak pada kegiatan *fangath* dalam *fandom VIP Malang*. Pada kegiatan *fangath* terdapat acara perayaan ulang tahun salah seorang personil Big Bang dan Big Bang *Wannabe*. Perayaan ulang tahun tersebut adalah sebuah bentuk mimikri dan ambivalensi. Sikap ambivalensi tampak ketika acara ulang tahun tersebut dimaksudkan untuk idola namun idola tersebut tidak berada di tempat yang sama. Mereka hanya seolah-olah merayakan ulang tahunnya dan melakukan kegiatan tiup lilin bersama, bernyanyi dan potong kue sebagaimana halnya perayaan ulang tahun seakan-akan merekalah yang berulang tahun pada hari itu.

### 3. *Fanproject*

Pengertian *fanproject* adalah suatu kegiatan atau *project* yang dibuat oleh penggemar dan ditujukan kepada idola. *Fanproject* dibagi menjadi dua bagian. Pertama, *fanproject* yang ditujukan secara langsung untuk idola. Kedua, *fanproject* yang tidak secara langsung ditujukan untuk idola. *Fanproject* lain yang pernah dilakukan adalah *blue lightstick* dan parodi. *Project blue lightstick* termasuk dalam *fanproject VIP* yang secara langsung ditujukan kepada idolanya yakni saat konser Big Bang berlangsung. Sedangkan perayaan ulang tahun dan parodi merupakan *fanproject VIP Malang* yang tidak secara langsung ditujukan untuk Big Bang, namun lebih kepada bentuk dukungan dan bentuk eksistensi sebagai penggemar.

*Fanproject* berikutnya adalah parodi dari video klip Big Bang yang berjudul *Haru-haru*. *Fanproject* ini dilakukan pada acara *Hallyu Explosion* tahun 2012 silam. Dalam parodi tersebut, sekitar lima orang didaulat untuk berperan menjadi personil Big Bang. Seperti halnya pada kegiatan *fanproject*, anggota *VIP Malang* juga secara aktif melakukan beberapa *project* untuk mendukung Big Bang dalam berbagai acara *fandom* baik yang ditujukan langsung untuk Big Bang maupun tidak. Dalam hal ini *fandom VIP Malang* berusaha memproduksi kembali teks budaya yang telah dikonsumsinya melalui kegiatan parodi lagu Big Bang yang berjudul *Haru-haru*.

Jenkins mengemukakan bahwasannya seorang penggemar dapat menunjukkan kependaiannya dalam memproduksi kembali teks budaya yang telah dimaknainya. Penggemar tidak hanya berakhir sebagai audien dari teks budaya, namun lebih dari itu, penggemar menjadi partisipan yang aktif dalam mengkonstruksi dan memaknai teks budaya. Seperti halnya pada kegiatan *fanproject*, anggota *VIP Malang* juga secara aktif melakukan beberapa *project* untuk mendukung Big Bang dalam berbagai acara *fandom* baik yang ditujukan langsung untuk Big Bang maupun tidak.



#### 4. Fancover

*Fancover* adalah sebuah kegiatan menirukan sebuah lagu atau tarian dari idola yang dilakukan oleh penggemar. *Fancover* terdiri dari dua macam, yaitu *cover song* dan *cover dance*. *Cover song* adalah menyanyi dengan menirukan idola, dan *cover dance* adalah menirukan tarian dari idola. Kebanyakan penggemar melakukan *cover song* seorang diri dan hanya untuk konsumsi pribadi. Sedangkan *cover dance* dilakukan secara bersama-sama atau dengan membentuk suatu kelompok. Dalam melakukan *cover dance*, penggemar tidak hanya menirukan gerakan tariannya saja, mereka juga menirukan kostum yang dikenakan oleh idola saat melakukan tarian tersebut.

*Cover dance* dapat dilakukan dengan dua cara. Pertama, dilakukan secara bersama-sama dengan bertempat di lapangan terbuka. Kegiatan *cover dance* seperti ini biasanya dikenal dengan istilah *flashmob*. Dalam melakukan *flashmob*, para peserta tidak mengenakan kostum tertentu seperti pada *cover dance*.

Kegiatan *fancover* menunjukkan sifat ambivalensi yang kemudian memicu timbulnya peniruan. Dalam kegiatan ini penggemar membentuk sebuah kelompok lagi yang berjumlah sama dengan idola yang akan ditiru, dalam hal ini adalah Big Bang yang memiliki anggota sebanyak lima orang. Informan yang bernama Yoga membentuk sebuah kelompok duplikasi dari Big Bang yang diberi nama B-Bang dengan jumlah anggota yang sama dan kostum yang sama untuk menirukan penampilan idola mereka.



Sumber : Data Pribadi, 2013

#### **Gambar 2. Penampilan dan Kostum Grup B-Bang dan Big Bang**

Kelompok B-Bang ini pernah memenangkan kompetisi *K pop cover dance* di Surabaya untuk tingkat se-Jawa Timur. Hal ini menunjukkan sikap ambivalen, yang tidak selalu menunjukkan identitas dari budaya yang mereka tiru, namun pada saat tertentu mereka juga menunjukkan identitas aslinya. Pada grup B-Bang yang mengikuti lomba dengan menggunakan nama grupnya sendiri walaupun mereka memainkan peran dari idola mereka dan menggunakan kostum yang serupa. Namun di kalangan *fandom* mereka ingin dikenal sesuai dengan identitas asli mereka. Hal ini juga dapat dikatakan sebagai bentuk resisten dari terjajah, dan merupakan bentuk perlawanan bahwa kelompok terjajah tidak selalu diam dan menerima.

## 5. *Fanfic*

*Fanfiction* adalah cerita pendek (cerpen) fiksi yang dibuat oleh penggemar dengan idola sebagai tokoh utamanya. Idola dapat berupa aktor, penyanyi atau karakter dalam animasi yang menjadi kesukaan. *Fanfic* dibuat oleh penggemar untuk dikonsumsi secara pribadi atau di *share* kepada penggemar lain melalui *blog* atau *fanpage*. Menurut Maya *fanfiction* memiliki makna tersendiri bagi para penulisnya. Hal-hal yang mungkin tidak dapat dilakukan seseorang sebagai penggemar dapat dengan leluasa dilakukan oleh penulis *fanfic* dalam imajinasinya.

Dengan menirukan nama tokoh idola tertentu yang sudah ada, sebuah karakter dibuat. Sekalipun latar belakang dan karakter melenceng dari tokoh sebenarnya, hal ini sah saja karena aturan dalam *fanfic* berlaku demikian. Misalnya saja salah seorang personel Big Bang yang bernama TOP yang saat ini berusia 27 tahun memiliki karir yang bagus di dunia musik *K pop*, di dalam *fanfic* bisa saja tokoh TOP digambarkan sebagai anak remaja yang berusia belasan tahun dan harus bekerja keras untuk menghidupi keluarganya yang sangat miskin. Berikut ini adalah potongan *fanfic* dari salah satu informan :

*Namaku Chae Rin. Lee Chae Rin. Aku adalah salah satu pengurus OSIS sekolah di divisi kesenian. Aku bukanlah remaja yang cantik. Aku hanya seorang gadis tomboy yang keras kepala dan juga ceroboh...*

*Minggu depan, disekolahku akan diadakan lomba battle dance antar sekolah menengah. Acara itu digelar untuk menyambut ulang tahun sekolahku- Seoul National High School. Sebenarnya rapat OSIS tadi adalah untuk menyusun acara itu...*

*“Tentu, Ji Yong Oppa. Aku tak akan pernah meninggalkanmu sampai kapanpun,” jawabku mantap.  
“Jeongmal? gomawo, chagi. Aku merasa lebih hidup sekarang,” katanya.*

Dalam potongan *fanfic* tersebut, diceritakan bahwa penulis ikut masuk ke dalam cerita yang dibuat dengan menggunakan nama dalam bahasa Korea sebagai karakternya. *Fanfic* ini bercerita tentang Lee Chae Rin (Maya) yang menjalin hubungan asmara dengan Kwon Ji Yong, salah satu nama personel Big Bang. Latar/setting yang menjadi tempat dalam *fanfic* pun bertempat di kota Seoul, Korea Selatan, ditambah dengan cuplikan dialog dengan paduan bahasa Indonesia dan Korea. Pada dialog yang diucapkan oleh Ji Yong “*Jeongmal? Gomawo chagi. Aku merasa lebih hidup sekarang*” (“*Benarkah? Terima kasih sayang. Aku merasa lebih hidup sekarang*”) tampak jelas penggunaan campuran bahasa Korea dan Indonesia di sini.

Bentuk mimikri tampak pada kegiatan pembuatan *fanfic*. Setting, penamaan tokoh dan bahasa yang digunakan merupakan peniruan dari kebudayaan kelompok

penjajah. Sehingga apa yang diungkapkan Bhabha bahwa mimikri kolonial dianggap sebagai deskripsi umum dari pengertian atas identitas kolonial yang hampir sama, namun tidak benar-benar sama. Dalam mimikri yang terjadi di dalam *fanfic*, penulis menunjukkan identitas kelompok penjajah dengan meniru kebudayaannya secara tersirat melalui nilai-nilai yang ditunjukkan lewat sapaan *oppa* untuk kekasih pada dialog “*Tentu, Ji Yong Oppa. Aku tak akan pernah meninggalkanmu sampai kapanpun,*”, namun pembencian kemudian terjadi manakala terdapat penggunaan bahasa Indonesia yang justru mendominasi isi cerita. Dominasi kultural tidak akan bisa sungguh-sungguh mendiktekan “the dominated” untuk mengonstruksi pandangan-pandangan, kebiasaan-kebiasaan, dan nilai-nilai yang merupakan tiruan (mimikri) terjajah dari penjajahnya.

#### 6. *Fanart*

*Fanart* merupakan bentuk karya seni atau kreativitas dari penggemar berupa gambar dengan idola sebagai objeknya. Salah seorang anggota *fandom* VIP Malang yang menjadi informan dalam penelitian ini yang memiliki hobi menggambar dan menyukai anime adalah Dita. Sebagai seorang penggemar, Dita sering menuangkan bentuk kecintaannya terhadap idola melalui gambar kartun atau anime.



Sumber : Data Pribadi Informan, 2013

### **Gambar 3. *Fanart* Gambar G-Dragon dalam Bentuk Anime**

Bentuk kecintaan penggemar dapat dituangkan pula lewat karya seni atau disebut dengan *fanart*. Kecintaan penggemar terhadap idola ternyata tidak melulu ditunjukkan melalui kegiatan konsumsi, namun bisa juga dengan cara-cara yang produktif seperti *fanart*.

Jenkins juga mengungkapkan bahwa, penggemar sesungguhnya merupakan kelompok yang partisipatif dan kreatif dalam memaknai teks budaya sebagai sebuah seni. Ia menambahkan para pemburu teks tidak hanya mengkonsumsi teks budaya namun juga memproduksi kembali hasil dari pemaknaan teks budaya.

#### 7. *Fanchant*

*Fanchant* adalah nyanyian yang dilakukan oleh penggemar saat konser berlangsung. *Fanchant* biasanya disebut dengan yel yel, tapi *fanchant* memiliki alur

dan nada tersendiri, sehingga sesuai dengan ritme lagu yang sedang dinyanyikan oleh idol. *Fanchant* dapat diartikan juga nyanyian sebagai pengiring saat idol bernyanyi. Berikut ini adalah potongan lirik dari sebuah lagu beserta dengan *fanchant*-nya yang diberikan Retno kepada peneliti. Bagian yang dicetak tebal adalah apa yang dinamakan *fanchant* dan harus diucapkan oleh penggemar saat menonton konser :

#### **Potongan *fanchant* dari lagu yang berjudul Geotjimal**

*I'm so sorry but I love you da geotjimal*  
*Iya mollasseo ijeya arasseo **nega piryohae***  
*I'm so sorry but I love you nalkaroun mal*  
*Hwatgime nado moreuge neol*  
*Tteonabonaetjiman*  
*I'm so sorry but I love you da geotjimal*  
*I'm so sorry **sorry***  
*But I love you **I love you more more***  
*I'm so sorry but I love you nareul tteona*  
*Cheoncheonhi ijeojullae*  
*Naega apahal su itge*  
***Big-Bang-sa-rang-hae***  
*Oh oh oh oh oh*  
*Modeunge kkumigil*  
***Geot-ji-mal-dae-bak***  
*Oh oh oh*

*Fanchant* merupakan *anthem* ketika menonton konser Big Bang. Namun kini berkembang fungsinya, *fanchant* biasanya dipraktikkan juga pada saat acara *gathering* ketika menonton video konser bersama-sama. Bentuk peniruan terlihat jelas dalam kegiatan ini. Bentuk penulisan ejaan dan cara membaca tulisan dalam bahasa Korea pun menjadi penting untuk dipelajari dalam rangka penggunaan *fanchant* ini. Di sini tampak sikap ambivalensi dan mimikri dari penggemar, yaitu para pemburu teks meniru bahasa kelompok penjahat, yaitu bahasa Korea, padahal yang meniru adalah orang Indonesia dan tidak memiliki garis keturunan Korea. Para penggemar dalam *fandom* VIP Malang sebagian besar hafal dengan semua *fanchant* dari lagu Big Bang, padahal tak jarang yang tidak mengetahui arti dari *fanchant* tersebut.

#### 8. *Fancam/fanvid*

*Fancam/fanvid* berarti video yang diabadikan oleh penggemar. Bentuk *fanvid* dapat berupa video yang berisi kumpulan-kumpulan gambar atau potongan video yang dikemas menjadi satu, ataupun video yang diabadikan secara langsung dan biasanya disebut dengan *fancam*. *Fandom* VIP Malang juga pernah membuat *fanvid* untuk ucapan ulang tahun kepada personel Big Bang, dan diunggah melalui akun *youtube*. Video tersebut berisi tentang kumpulan gambar tentang personel Big Bang

yang berulang tahun, harapan para penggemar yang ditampilkan dalam bentuk teks, serta karya penggemar dalam bentuk *fanart*. Hal ini merupakan bagian dari *fanproject fandom* VIP Malang yang ditujukan langsung untuk idola mereka.

Sikap ambivalen juga terlihat pada kegiatan *fanvid* yang dilakukan untuk menyampaikan ucapan selamat ulang tahun kepada idola mereka. Ucapan ulang tahun diungkapkan melalui bahasa Korea yang dicampur dengan bahasa Inggris. Penggunaan bahasa ini dimaksudkan agar idola dapat mengerti pesan yang ingin disampaikan oleh penggemar melalui video. Untuk menyampaikan sebuah pesan ucapan selamat ulang tahun kepada idolanya, penggemar diharuskan menggunakan bahasa asli dari idola mereka agar idola mereka mengerti maksudnya. Sikap ambivalensi tampak dalam kegiatan ini, dimana penggemar pada saat-saat tertentu menirukan bahasa asli dari kelompok penjajah, namun juga menggunakan bahasa lain (Inggris) secara bersamaan, namun mereka tidak selalu menunjukkan identitas tersebut saat berada di luar *fandom*.

Dalam *fanvid* yang mereka buat, dalam salah satu video yang diunggah oleh informan yang bernama Astri menyampaikan ucapannya seperti ini, “Taeyang, *I just wanna say sengil chukae hamnida, I will you come to Indonesia, gomawo!*” (“Taeyang, aku hanya ingin mengatakan selamat ulang tahun, aku ingin kamu datang ke Indonesia, terima kasih!”). Kata *sengil chukae hamnida* yang berarti selamat ulang tahun diucapkan dalam bahasa Korea, dibarengi dengan kata dalam bahasa Inggris *I will you come to Indonesia*, kemudian diakhiri dengan ucapan terima kasih dalam bahasa Korea. Dalam pengucapan kalimat tersebut tampak ambivalensi dari Astri sebagai orang Indonesia yang mencoba meniru orang Korea dengan berbicara menggunakan bahasa Korea. Pada kenyataannya Astri adalah orang Indonesia tepatnya bersuku Jawa, berkulit sawo matang dan berhijab, logat medhok khas orang jawapun terdengar jelas. Dalam video ini tampak hibridasi bahasa Korea dan bahasa Inggris, yang digunakan oleh penggemar untuk menyesuaikan diri dengan kelompok penjajah.

## 9. *Fanwar*

*Fanwar* adalah perang yang terjadi antar penggemar dan biasanya berlangsung di media sosial seperti *facebook* dan *twitter*. Penyebab terjadinya *fanwar* adalah karena aksi saling menghujat idola dari masing-masing *fandom*, atau bahkan saling menghujat antara *fandom* yang satu dengan yang lain. Para penggemar dalam suatu *fandom* merasa tersinggung jika ada penggemar dari *fandom* lain yang mencela idola atau *fandom* mereka, akibatnya aksi saling balas hujatan terjadi di media sosial. Dampaknya, akan muncul akun-akun baru yang akan menghimpun *fandom* yang satu dan yang lain untuk saling mencari dukungan. *Fanwar* biasanya hanya terjadi di dalam media sosial saja, dan jarang terjadi di kehidupan nyata.

## **Atribut *Fandom* VIP Malang sebagai Pendukung Terciptanya Budaya Penggemar**

Pola perilaku *fandom* VIP Malang menjadi dasar dalam membentuk sebuah kebudayaan baru. Di samping itu, terdapat elemen-elemen lain untuk mendukung temuan domain perilaku *fandom* VIP Malang. Berdasarkan data temuan lapangan yang didapatkan, ditemukan domain atribut *fandom* VIP Malang sebagai pendorong terbentuknya budaya penggemar. Domain ini berisi jenis-jenis atribut dalam *fandom* VIP Malang.

**Tabel 3. Domain dan Taksonomik Atribut *Fandom* VIP**

No.	Domain	Istilah/Subset 1	Istilah/Subset 2
1.	Atribut <i>Fandom</i> VIP	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Crown</i></li> <li>- <i>Bias</i></li> <li>- <i>Dresscode</i></li> <li>- <i>Goodies</i></li> <li>- <i>Handbanner</i></li> <li>- <i>Crownstick</i></li> <li>- <i>Encore</i></li> </ul>	<p><b><i>Crown</i></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Logo/symbol resmi <i>fandom</i> VIP dan berwarna kuning</li> </ul> <p><b><i>Bias</i></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kecenderungan terhadap idola tertentu</li> </ul> <p><b><i>Dresscode</i></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Penggunaan kostum seperti kaos atau jaket dalam setiap kegiatan VIP</li> <li>- Kaos atau jaket yang digunakan biasanya bertuliskan VIP Malang atau bergambar personil Big Bang</li> <li>- Warna kostum disesuaikan dengan warna resmi VIP yaitu hitam, putih dan kuning</li> </ul> <p><b><i>Goodies</i></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pernak-pernik yang berbentuk atau bergambar <i>crown</i>, bergambar personil Big Bang atau bertuliskan VIP, Big Bang atau nama personilnya</li> <li>- Pemakaian <i>goodies</i> biasanya disesuaikan dengan <i>bias</i> masing-masing penggemar</li> <li>- <i>Goodies</i> dapat dipesan di toko-toko khusus yang menjual pernak-pernik <i>K pop</i></li> <li>- <i>Goodies</i> juga bisa didapatkan secara gratis sebagai <i>souvenir</i> pada acara <i>gathering</i></li> </ul> <p><b><i>Handbanner</i></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Banner</i> berukuran sekitar 30cm x 10cm, biasanya bertuliskan Big Bang, nama personil atau berupa ucapan</li> <li>- Merupakan pelengkap saat konser atau <i>gathering</i></li> </ul> <p><b><i>Crownstick</i></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Light stick</i> berbentuk mahkota atau <i>crown</i> yang memancarkan cahaya berwarna kuning</li> </ul>

			<p><b>Encore</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Permintaan penggemar untuk menyanyikan ulang lagu ketika konser</li> <li>- Ketika para penggemar bersama-sama berteriak “<i>Encore!</i>” maka sang penyanyi akan menyanyikan ulang lagu sesuai dengan permintaan penggemar</li> </ul>
--	--	--	---

Sumber : Data Olahan Pribadi, 2014

### 1. *Crown*

*Crown* yang berarti mahkota adalah sebuah logo/symbol resmi dari *fandom* VIP, sehingga VIP Malang pun memakainya. Makna dari *crown* itu sendiri menurut beberapa sumber adalah karena VIP atau kependekan dari kalimat *Very Important Person* memiliki arti orang-orang yang sangat penting, sehingga *crown* dirasa tepat untuk menggambarkan makna tersebut, karena *crown* merupakan perhiasan seorang raja dan raja adalah orang yang memiliki kedudukan paling tinggi. Jadi *crown* dapat menggambarkan sebuah simbol dari *fandom* VIP.

Pemakaian simbol *crown* pada *fandom* VIP adalah sebuah bentuk peniruan seperti yang dikemukakan oleh Bhabha. Kelompok terjajah (*fandom* VIP Malang) sedikit banyak menyerap kebudayaan yang dibawa oleh kelompok penjajah (*K pop*). Sikap ambivalensi juga tampak dalam penggunaan logo *crown*, yakni penambahan kata ‘Malang’ dalam logo *fandom* VIP Malang.

### 2. *Bias*

*Bias* adalah istilah dalam *fandom* untuk menyebut idola yang paling disukai. Kata *bias* sendiri merupakan kata dari bahasa Inggris yang memiliki arti penyimpangan atau kemiringan ke arah tertentu. Jadi, di dalam *fandom* VIP yang adalah kelompok penggemar dari *boyband* Big Bang, maka masing-masing penggemar memiliki bias terhadap salah satu personilnya saja. Kata *bias* ini kemudian diserap dan digunakan sebagai istilah dalam *fandom* yang berarti kesukaan. Masing-masing penggemar dalam *fandom* VIP memiliki bias yang beragam.

*Bias* adalah istilah dalam *fandom* untuk menyebut idola yang paling disukai. Kata *bias* sendiri merupakan kata dari bahasa Inggris yang memiliki arti penyimpangan atau kemiringan ke arah tertentu. Jadi, di dalam *fandom* VIP yang adalah kelompok penggemar dari *boyband* Big Bang, maka masing-masing penggemar memiliki bias terhadap salah satu personilnya saja. Kata *bias* ini kemudian diserap dan digunakan sebagai istilah dalam *fandom* yang berarti kesukaan. Masing-masing penggemar dalam *fandom* VIP memiliki bias yang beragam.



### 3. Dresscode

Penggunaan kostum dengan tema tertentu di dalam dunia *fandom* disebut dengan istilah *dresscode*. Kostum yang digunakan bisa berupa kaos atau jaket bergambar personil Big Bang atau bertuliskan Big Bang maupun VIP, asalkan berwarna kuning, hitam, dan putih atau kombinasi ketiganya. Karena warna-warna tersebut merupakan warna resmi dari *fandom* VIP Malang. Warna ini diadopsi dari *fandom* VIP Korea yang pada awalnya sering melambaikan *handbanner* berwarna hitam dan putih atau *crownstick* yang berwarna kuning, dan akhirnya menjadi warna resmi VIP seluruh dunia.

*Fandom* VIP Malang juga memproduksi kaos dan jaket sendiri. Nantinya kaos dan jaket ini akan dapat digunakan sebagai *dresscode* pada saat *fangath* atau menonton konser misalnya.



Sumber : Data Pribadi, 2013

**Gambar 4. Desain Jaket *Fandom* VIP Malang**

Jaket VIP Malang merupakan hasil peniruan dan pencampuran elemen-elemen kelompok penjahat dengan terjahat yaitu grup musik *K pop* dengan *fandom* VIP Malang. Kelompok terjahat berusaha meniru budaya kelompok penjahat untuk menghasilkan identitas yang hampir sama namun tidak benar-benar sama. Seperti ungkapan Bhabha bahwa budaya hibrid yang dihasilkan merupakan hasil ambivalensi atau kecemasan dari kelompok terjahat, dimana selain menerima juga sebagai bentuk perlawanan dari kelompok penjahat yang tidak selalu diam dan pasif dalam menerima kebudayaan penjahat.

### 4. Goodies

Dalam dunia *fandom* dikenal istilah *goodies* untuk menyebut pernak-pernik yang bertemakan idola mereka. *Goodies* itu sendiri dapat berupa kaos, *sticker*, pin, kartu pos, poster, gelas, dan beberapa benda lainnya. Benda-benda tersebut ada yang bertuliskan nama “Big Bang” atau nama personilnya dan ada juga yang bergambar wajah dari personil Big Bang. Dalam kegiatan *fangath*, *goodies* diberikan sesuai

dengan jenis tiket dan *bias* dari masing-masing peserta. Harga tiket menentukan jenis *goodies* yang akan diterima. Terdapat *goodies* original dan non-original dalam dunia *fandom*. *Goodies* original dijual secara resmi melalui *online shop* Korea, sedangkan untuk *goodies* non-original dapat dibeli di toko-toko yang menjual pernak-pernik khusus Korea di seluruh Indonesia.



Sumber : Data Pribadi, 2013

**Gambar 4. Goodies Big Bang**

*Goodies* menjadi salah satu atribut dalam *fandom* VIP Malang, karena bagi penggemar memiliki benda-benda yang berhubungan dengan idola mereka menunjukkan kesetiaan dan dukungan secara tidak langsung kepada idola.

### 5. Handbanner

*Handbanner* adalah atribut VIP sebagai pelengkap dalam acara konser. Sama dengan jaket, *handbanner* biasanya juga dibuat atau diproduksi sendiri oleh penggemar. *Handbanner* digunakan sebagai bentuk dukungan penampilan idola dari para penggemar dalam bentuk tulisan, seperti nama grup musiknya atau nama personilnya saja. *Handbanner* dapat dijual lagi ataupun dapat dipakai sendiri. Pada konser Big Bang yang berlangsung tahun 2012, *fandom* VIP Malang secara kolektif mendesain dan mencetak sendiri *handbanner* untuk keperluan konser.



Sumber : Data Pribadi, 2012

**Gambar 5. Handbanner Fandom VIP Malang**

Pembuatan *handbanner* juga dapat dikatakan sebagai *fanproject* yang ditujukan langsung untuk idola. Selain digunakan untuk keperluan konser, fungsi *handbanner* juga mengalami generalisasi sebagai penyemarak saat kegiatan *fangath* atau saat menonton *cover dance*. Merujuk pada pernyataan Jenkins bahwa kelompok penggemar sebagai kelompok partisipatoris, maka pembuatan *handbanner* juga dapat diidentifikasi sebagai bentuk partisipasi dari *fandom* VIP Malang sebagai kelompok penggemar. Atribut ini juga merupakan bagian dari budaya penggemar *fandom* VIP Malang.

#### 6. *Crownstick*

*Crownstick* merupakan sebuah benda yang berbentuk *stick* yang biasanya menjadi pelengkap konser. *Crownstick* berukuran lebih besar dari *blue lightstick* dan memiliki kepala berbentuk mahkota pada ujung bagian atasnya. Di bagian tengah mahkota tersebut, terdapat logo berbentuk huruf B, yang berarti inisial dari Big Bang. *Crownstick* dapat memancarkan cahaya berwarna kuning. Bentuknya menyerupai sebuah mahkota tanpa lubang yang ditempelkan pada ujung tongkat yang pendek. *Crownstick* adalah salah satu benda yang juga berfungsi sebagai identitas dan ciri khas dari *fandom* VIP.



Sumber : Data Pribadi, 2013

**Gambar 6. *Crownstick* VIP**

Harga *crownstick* berkisar antara Rp. 250.000,- s.d Rp. 300.000,-. Karena harganya yang dinilai mahal oleh beberapa anggota *fandom* VIP yang mayoritas masih kuliah, maka benda ini belum tentu dimiliki oleh setiap anggota *fandom* VIP. Jenkins menyebut kelompok penggemar sebagai pemburu teks, yang memiliki artian bahwa, penggemar senantiasa mengkonsumsi produk teks budaya yang dibawa oleh penjajah. Mereka berusaha untuk memakai simbol-simbol budaya kelompok penjajah yaitu *crownstick* untuk menunjukkan identitas mereka sebagai seorang penggemar. Bhabha juga memberikan pendapatnya mengenai mimikri dimana *crownstick* merupakan bentuk peniruan oleh kelompok terjajah untuk menunjukkan identitas dirinya yang belang-belang, berusaha meniru penjajah namun tidak benar-benar sama.

## 7. *Encore*

*Encore* merupakan seruan para penggemar untuk meminta pengulangan lagu kepada idola ketika konser. Kata *encore* berasal dari bahasa Inggris, yang kemudian digunakan oleh penggemar sebagai permintaan untuk mengulang lagu yang telah dinyanyikan. Dalam acara konser, *encore* menjadi suatu hal yang wajib dilakukan. Di akhir acara, para penggemar dengan kompak meneriakkan *encore* agar idolanya mau menuruti permintaan mereka.

Kebiasaan ini berasal dari para penggemar di Korea Selatan yang selalu meneriakkan *encore* di setiap akhir acara dari konser Big Bang. kebiasaan ini kemudian ditiru oleh *fandom* VIP Malang ketika Big Bang menggelar konsernya di Indonesia. Bentuk peniruan yang tampak, melahirkan suatu budaya hibrid, yaitu pencampuran budaya antara budaya Indonesia dengan budaya yang ditiru. *Fandom* VIP Malang mencoba untuk menirukan kebiasaan-kebiasaan dari kelompok penjahat, yakni menyerukan *encore*. Sehingga dalam setiap konser, *encore* menjadi atribut yang tidak boleh terlewatkan dari *fandom* VIP dan harus dituruti oleh Big Bang di akhir acara.

### ***Fanfic* dan *Fancover* sebagai Bentuk Budaya Hibrid *Fandom* VIP Malang**

Berdasarkan pada pendekatan etnografi yang digunakan dalam penelitian ini, maka peneliti mencoba menjabarkan domain terpilih yang menjadi ciri paling kuat di dalam *fandom* VIP Malang. Berikut dijelaskan dalam diagram taksonomik mengenai domain *fanfic* dan *fancover* :

**Tabel 4. Diagram Taksonomik *Fanfic***

<i>Fanfic</i>	Rating	<i>G (General)</i> /Khalayak Umum	Rating adalah klasifikasi berdasarkan adegan, penggunaan bahasa dan unsur lain yang berada dalam sebuah <i>fanfic</i> .
		<i>NC-17 (No Child 17)</i> /17 tahun keatas	
		<i>NC-21 (No Child 21)</i> /21 tahun keatas	
		<i>T (Teenage)</i> /Remaja	
		<i>M (Mature)</i> /Dewasa	
	Length	<i>Drabble</i> /100-200 kata	Length adalah panjang cerita dari suatu <i>fanfic</i> .
		<i>Ficlet</i> /lebih panjang dari <i>drabble</i>	
		<i>One/Two Shot</i> /Cerpen	
		<i>Songfic</i> /Cerita yang diangkat dari lagu	
		<i>Chaptered/Series</i> /Cerita bersambung	
		<i>Universe</i> / <i>Crossover</i> /	
	Genre	<i>Romance</i> /Percintaan	Genre adalah jenis/kategori cerita dalam <i>fanfic</i> .
		<i>Crack/Humor</i> /Komedi	
		<i>Family</i> /Keluarga	
		<i>Friendship</i> /Persahabatan	
		<i>Mistery</i> /Misteri	
		<i>Sad</i> /Kesedihan <i>Supernatural</i> /Diluar logika	
	Maincast	<i>G-Dragon (Leader/Rapper)</i>	Maincast adalah tokoh-tokoh yang digunakan dalam menulis <i>fanfic</i> .
		<i>TOP (Rapper)</i>	
		<i>Taeyang (Singer/Dancer)</i>	
<i>Daesung (Singer)</i>			
<i>Seungri (Singer/Dancer)</i>			
Bahasa	Indonesia	Bahasa Indonesia digunakan sebagai pengantar, potongan dialog, nama tokoh dan latar mengadopsi budaya Korea	
	Korea		

Sumber : Data Olahan Pribadi, 2014

**Tabel 5. Rangkaian Kontras *Maincast***

<i>Fanfic</i> Informan	<i>Maincast</i>				
	G-Dragon (Kwon Ji Yong)	TOP (Choi Seung Hyun)	Taeyang	Daesung	Seungri
Maya	–	√	–	–	–
Retno	√	–	–	–	–

Sumber : Data Olahan Pribadi, 2014

Dalam tabel diagram taksonomik *fanfic* dan *fancover* tersebut, peneliti sengaja memberi tanda pada domain yang paling dominan. Pada domain *fanfic*, komponen yang paling kuat ada pada *maincast*. *Maincast* adalah tokoh yang terdapat dalam *fanfic*, diantaranya G-Dragon, TOP, Taeyang, Daesung dan Seungri. Kelima tokoh ini biasa dipakai oleh para VIP Malang dalam membuat *fanfic*. *Maincast* yang dipakai biasanya terdiri dari satu atau dua nama. Dalam membuat *fanfic*, *maincast* menjadi bagian yang paling penting, penggunaan *maincast* biasanya didasarkan pada *bias* dari penulisnya. Misalnya saja Maya yang memiliki *bias* terhadap TOP yang memiliki nama asli Choi Seung Hyun, maka dapat diasumsikan bahwa hampir semua *fanfic* yang dibuat oleh Maya akan ditemukan *maincast* TOP.

*Maincast* yang telah dijelaskan dalam tabel adalah personil dari *boyband* yang bernama Big Bang. Dalam tabel juga dijelaskan posisi mereka di dalam kelompok dan menjadi karakteristik dari masing-masing personil. Maya misalnya, terinspirasi dari TOP yang memiliki karakter ‘dingin’ sebagai seorang *rapper*. Sedangkan Retno, terinspirasi pada ketua kelompok yaitu G-Dragon (Kwon Ji Yong) dalam menulis *fanfic*. Di sini tampak adanya kontras antara *fanfic* yang dibuat oleh Maya dan Retno dengan karakter *maincast* yang berbeda. Selain itu, di dalam membuat *fanfic*, mereka selalu menambahkan *maincast* yang menggambarkan karakter mereka pribadi dengan menggunakan nama Korea ke dalam cerita tersebut, misalnya Maya menambahkan karakter Lee Chae Rin yang sebenarnya merupakan dirinya sendiri.

Bentuk hibriditas yang tampak pada domain *fanfic* adalah pencampuran dua elemen kebudayaan Korea dan Indonesia yang dituangkan dalam sebuah cerita fiksi yang dibuat oleh anggota *fandom* VIP Malang. Pengadopsian atau peniruan budaya Korea tampak jelas pada bahasa, latar, serta penamaan dan karakter tokoh pada *fanfic*, kemudian bahasa Indonesia digunakan sebagai pengantar cerita. Sikap ambivalensi tampak pada penamaan dan penambahan karakter tokoh penulis di dalam cerita. Penulis ingin menunjukkan keberadaannya di dalam cerita namun terselubung, ia tetap bersembunyi di balik nama Korea, namun tetap ingin menonjolkan karakter dirinya.

**Tabel 6. Diagram Taksonomik *Fancover***

<i>Fancover</i>	<i>Cover Song</i>	Penyanyi	Dilakukan secara perorangan/individu	<i>Cover song</i> merupakan peniruan dalam bentuk lagu
		Lagu	Lagu yang dinyanyikan adalah lagu dari Big Bang	
	<i>Cover Dance</i>	<i>Flashmob</i>	Dilakukan bersama-sama/khalayak ramai	<i>Cover dance</i> merupakan peniruan dalam bentuk tarian
		<i>Dance Team</i>	Dilakukan secara berkelompok	

Sumber : Data Olahan Pribadi, 2014

**Tabel 7. Rangkaian Kontras *Cover Dance***

<i>Fancover Informan</i>	<i>Flashmob</i>	<i>Dance Team</i>
Marina	√	–
Yoga	√	√
Astri	√	–
Dita	√	–
Retno	√	–
Maya	√	–
Gio	√	–

Sumber : Data Olahan Pribadi, 2014

Pada tabel diagram taksonomik *fancover* dijelaskan mengenai komponen dari *fancover* yang terdiri dari *cover song* dan *cover dance*. *Cover dance* adalah komponen yang paling kuat yang tampak pada domain *fancover* pada *fandom* VIP Malang, yang dapat disebut sebagai ciri khas. *Cover dance* terbagi menjadi dua bagian yang lebih kecil, yaitu *flashmob* dan *dance team*. *Flashmob* merupakan *cover dance* dalam bentuk jamak, dilakukan beramai-ramai di sebuah lapangan besar. Sedangkan *dance team* adalah *cover dance* dengan kelompok tari yang sengaja dibentuk untuk mengikuti lomba atau festival *cover dance*.

Rata-rata anggota *fandom* VIP Malang sudah pernah mengikuti *flashmob*, tapi tidak semua yang memiliki *dance team*. Astri misalnya, hanya mengikuti *flashmob* yang biasanya diadakan di CFD Jl.Ijen Malang. berbeda dengan Yoga yang memiliki *dance team* untuk *cover dance* tarian dari *boyband* Big Bang. Yoga menamai kelompoknya dengan nama B-Bang yang merupakan tiruan dari Big Bang. Di dalam kelompok B-Bang, Yoga berperan sebagai Seungri, sehingga dari mulai kostum serta gerakan tari serta bahasa tubuh sebisa mungkin mirip dengan Seungri. Di sini tampak bentuk peniruan dari nama yang dimiripkan, kostum, serta peran. Sikap ambivalensi yang muncul adalah bagaimana Yoga ingin menunjukkan kemampuannya dalam menari namun menampakkannya melalui perannya sebagai Seungri. Yoga juga tidak memiliki bentuk fisik seperti Seungri yang oriental, namun Yoga berusaha untuk menjadi seorang Seungri. Kemudian, kelompok ini menampilkan identitasnya sebagai B-Bang bukan sebagai Big Bang. hal ini menunjukkan bahwa mereka tidak sepenuhnya mengadopsi budaya Korea namun juga menampilkannya dalam bentuk yang Indonesia dari segi fisik. Mereka juga ingin menunjukkan sosok Big Bang dalam kelompok ini, tapi mereka menggunakan nama kelompok sendiri yaitu B-Bang sebagai identitas mereka.

Dalam kajian etnografi, Spradley (1997, hlm 250-255) menerangkan mengenai tema budaya. Konsep tentang tema mempunyai akar dalam ide umum bahwa kebudayaan lebih dari potongan-potongan kebiasaan. Lebih dari itu, kebudayaan merupakan suatu pola yang kompleks. Kebudayaan berisi suatu sistem makna yang terintegrasikan ke dalam beberapa jenis pola yang lebih besar. Tema-

tema budaya merupakan unsur-unsur dalam peta kognitif yang membentuk suatu kebudayaan. tema merupakan unit pemikiran yang lebih besar. Tema ini terdiri atas sejumlah simbol yang dihubungkan oleh hubungan yang mempunyai makna. Tema tidak hanya terjadi secara berulang-ulang di berbagai bagian yang berbeda dalam sebuah kebudayaan. Tema berperan sebagai sebuah hubungan semantik umum diantara berbagai domain.

Untuk menemukan tema budaya pada penelitian ini, penulis mengambil beberapa domain yang tampak paling kuat di dalam *fandom* VIP Malang, yaitu domain *fanfic* dan *fancover*. Jenkins menyebutkan bahwa penggemar berada pada batas-batas antara fiksi dan nyata, yang tampak pada domain perilaku *fandom* VIP. Penggemar berusaha mempertahankan kebudayaannya sebagai bentuk perlawanan terhadap kelompok yang dominan yakni kelompok non-penggemar atau kelompok yang menikmati teks kebudayaan dengan cara yang biasa. Kelompok penggemar menikmati teks kebudayaan dengan cara yang dianggap berlebihan dan menyimpang. Demikian pula yang tampak pada *fandom* VIP Malang. Mereka menggunakan kebudayaannya untuk menerima teks budaya yang dibawa melalui musik *K pop*, dan mereproduksi kembali makna teks-teks budaya tersebut menjadi sebuah karya seperti *fanfic* dan *cover dance*.

Pembentukan sebuah budaya baru dalam *fandom* VIP Malang, menunjukkan gejala hibriditas. Budaya penggemar yang terbentuk di dalam *fandom* VIP Malang sejatinya bukan merupakan budaya murni dari kelompok itu sendiri, melainkan adalah suatu pencampuran budaya penjajah (musik *K pop*) dengan budaya terjajah (*fandom* VIP Malang). Bhabha mengatakan bahwa adanya mimikri (peniruan) melahirkan hibriditas. Budaya penggemar yang tercipta dalam *fandom* VIP Malang merupakan bentuk peniruan unsur-unsur kebudayaan yang diserap dari musik *K pop*, sehingga menghasilkan sebuah budaya hibrid.

Pembentukan budaya penggemar telah digambarkan pada domain perilaku *fandom* VIP dan atribut *fandom* VIP. Domain pada perilaku *fandom* VIP adalah unsur utama dalam membentuk budaya penggemar pada *fandom* VIP Malang. Berdasarkan pada analisis domain, taksonomik dan komponen yang telah dilakukan, maka ditemukan domain yang paling dominan tampak yaitu *fanfic* dan *cover dance*, yang dijadikan tema budaya dalam *fandom* VIP Malang.

## **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dan pembahasan mengenai budaya penggemar sebagai bentuk budaya hibrid pada *fandom* VIP Malang, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut : 1). *Fandom* VIP Malang dibentuk sebagai bentuk perlawanan dan keberanian diri dari stereotipe negatif di dalam masyarakat. Jenkins mengungkapkan bahwa penggemar sering mendapatkan kekuatan dan semangat dari kemampuan mereka untuk mengidentifikasi diri mereka sebagai bagian dari kelompok penggemar lain yang memiliki berbagai kesenangan yang sama dan menghadapi permasalahan yang sama. Karena berbagai kesamaan inilah akhirnya



terbentuk suatu budaya penggemar pada *fandom* VIP Malang. Pembentukan budaya penggemar terwujud dalam perilaku dan atribut *fandom* VIP Malang. Perilaku penggemar yang menjadi kebiasaan dalam *fandom* VIP Malang yang ditemukan dalam penelitian ini antara lain *fansite*, *fangath*, *fanproject* *fancover*, *fanfic*, *fanart*, *fanchant*, *fancam/fanvid* dan *fanwar*. Sedangkan atribut *fandom* VIP Malang yang mendorong pembentukan budaya penggemar adalah *crown*, *bias*, *dresscode*, *goodies*, *handbanner*, *crownstick* dan *encore*. 2). Bentuk hibriditas, mimikri dan ambivalensi tampak pada domain *fanfic* dan *cover dance*. Dalam kegiatan-kegiatan tersebut terdapat bentuk peniruan dan reaksi ambivalensi, yang tidak selalu menunjukkan identitas dari budaya yang mereka tiru, namun pada saat bersamaan mereka juga menunjukkan identitas aslinya. Hal ini merupakan bentuk resisten dari *fandom* VIP Malang, dan merupakan bentuk perlawanan bahwa *fandom* VIP Malang tidak selalu diam dan menerima. Sehingga pembentukan budaya penggemar yang terjadi dalam VIP Malang merupakan sebuah budaya hibrid, yang akan selalu mengalami proses kontestasi dan senantiasa berubah.

### **Daftar Pustaka**

Amellita, Nesyia. 2010. *Kebudayaan Populer Korea : Hallyu dan Perkembangannya di Indonesia*. Skripsi. Depok : FIB Universitas Indonesia.

Bhabha, Homi K. 1994. *The Location of Culture*. London : Routledge.

Jenkins, Henry. 2005. *Textual Poachers : Television Fans & Participatory Culture*. London : Routledge.

Spradley, James P. 1997. *Metode Etnografi*. Yogyakarta : Tiara Wacana.

### **Sumber Lain**

Fauzi, Hanif Ahmad. 2012. *Fanbase Jkt48 atau Fansclub Jkt48*. <http://esthetic48.blogspot.com/>. Diakses pada tanggal 22 Desember 2013.

**Biodata Penulis**

Nama Lengkap : Eka Putri Ayu Dita Kusuma

Tempat Tanggal Lahir : Ngawi, 26 Januari 1990

Alamat : Jl.Irida Barat XX Blok E2/4 Perumahan Irigasi Danita, Bekasi

No.Telepon : 021-8817754

No.Hp : 085706465973

Email : ellenputrie@ymail.com

**Karya Ilmiah :**

- Penerapan Birokrasi di Sekretariat DPRD Kota Malang (Laporan Praktik Kerja Nyata)
- Hibriditas dalam Pembentukan Budaya Penggemar (Studi Etnografi tentang Budaya Penggemar pada *Fandom* VIP Malang)

**Praktik Kerja Nyata (PKN/Magang) :**

Lokasi : Sekretariat DPRD Kota Malang

Waktu : September 2011-Oktober 2011

Posisi : Bagian Umum