



Penerimaan Generasi Z terhadap Pengadopsian Budaya Penggemar K-Pop (*Kpopfication*) pada Akun X @Aniesbubble di Masa Pemilihan Presiden 2024

Chika Jelita Amalia¹, Syafrida N. Febriyanti²

^{1,2}Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

E-mail: 20043010059@student.upnvjatim.ac.id, syafrida.nurrachmi_ilkom@upnjatim.ac.id

Article Info	Abstract
Article History Received: 2024-05-07 Revised: 2024-06-27 Published: 2024-07-01 Keywords: <i>Kpopfication Politic;</i> <i>Fan Activism;</i> <i>Reception Analysis;</i> <i>Generation Z;</i> <i>Twitter (X).</i>	This study aims to find deeper into the acceptance of <i>Kpopfication</i> politic among Generation Z, as analyzed through the lens of Stuart Hall's reception analysis. In order to achieve this objective, in-depth interviews were conducted with 9 informants who identify as Generation Z and have voting rights. The interview results were then analyzed using Stuart Hall's reception theory. The study findings that acceptance levels of <i>Kpopfication</i> politic by X @aniesbubble's account were found not to be influenced by their self-identified status as K-Popers or non-K-Popers, but rather by their political affiliations. Generation Z individuals with similar political preferences as those promoted by <i>Kpopfication</i> politic tended to have positive acceptance levels for this phenomenon. Conversely, Generation Z individuals with different political preferences were shown to have either negative acceptance or apathy towards <i>Kpopfication</i> politic. Overall, the study concluded that <i>Kpopfication</i> politic can only have positive impact on individuals who share the same political preferences as those promoted by the <i>Kpopfication</i> in question.
Artikel Info	Abstrak
Sejarah Artikel Diterima: 2024-05-07 Direvisi: 2024-06-27 Dipublikasi: 2024-07-01 Kata kunci: <i>Kpopfikasi Politik;</i> <i>Aktivisme Penggemar;</i> <i>Analisis Resepsi;</i> <i>Generasi Z;</i> <i>Twitter (X).</i>	Penelitian ini bertujuan untuk mengulik lebih dalam mengenai penerimaan generasi Z terhadap <i>kpopfication</i> politik yang dilakukan oleh akun X @aniesbubble. Untuk dapat mencapai tujuan tersebut, dilakukan wawancara terhadap 9 orang informan yang berasal dari generasi Z yang telah memiliki hak pilih pada Pemilu 2024. Hasil wawancara mendalam kemudian dianalisis menggunakan analisis resepsi Stuart Hall. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerimaan terhadap <i>kpopfication</i> politik yang dilakukan akun X @aniesbubble tidak dipengaruhi dari identifikasi mereka sebagai K-Popers ataupun non-kpopers, melainkan dari preferensi politik mereka sendiri. Generasi Z yang memiliki preferensi politik yang sama dengan yang diangkat oleh fenomena ini cenderung memiliki penerimaan yang positif terhadap <i>kpopfication</i> politik yang dilakukan akun X @aniesbubble. Sebaliknya, generasi Z yang memiliki preferensi politik berbeda cenderung memiliki penerimaan negatif atau abai terhadap fenomena ini. Oleh karena itu, <i>kpopfication</i> sebagai upaya pengakulturasian budaya populer dengan politik hanya dapat memberikan dampak positif terhadap individu-individu yang memiliki preferensi politik yang sama dengan yang diangkat oleh <i>kpopfication</i> itu sendiri.

I. PENDAHULUAN

Kpopfication politik merupakan istilah yang digunakan untuk mendeskripsikan kegiatan pengadopsian budaya penggemar K-Pop dalam membahas isu politik maupun sosok politikus. Budaya penggemar sendiri merupakan kegiatan yang dilakukan oleh orang-orang yang tergabung dalam suatu fandom (Paramitta, 2012 dalam Sa'diyah, 2019). Dalam bukunya, Herry Jenkins (2013 dalam Sa'diyah, 2019) menyatakan bahwa penggemar akan membentuk budayanya sendiri, seperti fiksi penggemar, kostum, musik, hingga video. Mereka akan membentuk ulang konten terkait idolanya yang terdapat di media massa dan menyajikannya kembali sesuai dengan keinginan dan kebutuhan.

Penggemar K-Pop atau yang biasa disebut dengan K-Popers merupakan salah satu fandom yang terkenal dengan kemasifan dan persebarannya di seluruh dunia. Tidak hanya memiliki jumlah yang besar, K-Popers juga dikenal sebagai fandom yang aktif dalam menyuarakan opini di media sosial. Berdasarkan data internal X, yang dulunya bernama twitter, pada periode 2020 – 2021 terdapat sekitar 7,5 miliar unggahan terkait K-Pop dengan Indonesia sebagai negara penyumbang unggahan terkait K-Pop terbanyak di dunia (GoodStats, 2022). Hal ini membuat K-Popers menjadi salah satu kelompok dengan suara yang berpengaruh. Mereka dapat dengan mudah menaikkan suatu isu di media sosial sehingga isu tersebut mendapatkan perhatian lebih dari masyarakat.

K-Popers di seluruh dunia juga telah menggunakan kekuatan sosial medianya untuk menaikkan isu-isu sosial dan politik, seperti menggalang donasi untuk bantuan bencana, menumbuhkan kesadaran akan gerakan Black Live Matters, menyuarkan aksi penolakan RUU, hingga ikut turun langsung dalam kampanye politik (Andini et al., 2021; Meliana et al., 2023). Di Indonesia sendiri, perbincangan mengenai *kpopfication* politik atau pengadopsian budaya penggemar K-Pop kepada politikus diawali dengan hadirnya akun @aniesbubble yang membuat unggahan berisi potongan video dari siaran live TikTok Anies Baswedan, salah satu calon presiden 2024, dengan menggunakan bahasa dan aksara Korea (hangul) pada 29 Desember 2023 lalu. Unggahan tersebut sontak menarik perhatian banyak pengguna X, terutama para penggemar K-Pop. Pasalnya, unggahan yang dibuat oleh akun @aniesbubble tersebut dinilai identik dengan cara berkomunikasi yang biasa dilakukan oleh K-Popers ketika membicarakan idolanya. Tidak hanya mendapatkan komentar maupun kutipan, unggahan akun @aniesbubble yang telah menjangkau lebih dari 300 ribu audiens itu juga menginspirasi K-Popers lainnya untuk berkreasi dan ikut memperlakukan Anies Baswedan selayaknya artis K-Pop.

Masifnya jumlah K-Popers Indonesia yang menggunakan aplikasi X membuat perbincangan mengenai *kpopfication* terhadap Anies Baswedan tidak lagi menjadi topik yang hanya diketahui oleh K-Popers semata. Meluasnya ranah perbincangan terkait *kpopfication* terhadap Anies Baswedan di akun @aniesbubble pun memunculkan reaksi yang beragam. Terdapat pihak yang tertarik hingga mempelajari istilah-istilah yang digunakan dalam fandom K-Pop. Terdapat pula pihak yang menganggap *kpopfication* politik dapat menjadi media untuk meningkatkan kesadaran dan ketertarikan terhadap politik sehingga dapat menimbulkan keinginan untuk mencari informasi yang akurat dan menggunakan hak pilihnya dengan baik. Serta pihak yang menentang pencampuran budaya penggemar dengan politik karena dapat mengakibatkan timbulnya pengidolaan terhadap politikus.

Melihat adanya polarisasi pendapat terkait akun @aniesbubble yang ramai di media sosial ini membuat penulis tertarik untuk meneliti lebih dalam mengenai penerimaan masyarakat terkait hadirnya akun @aniesbubble dan *kpopfication* politik yang terdapat pada akun tersebut. Penelitian akan berfokus pada penerimaan generasi Z yang telah memiliki hak suara pada

Pemilu 2024. Pemilihan generasi Z didasari alasan bahwa generasi yang lahir pada rentang tahun 1995 – 2010 ini merupakan pemilih pemula yang memegang lebih dari 20% atau 46.800.161 suara pada Pemilu 2024 (Muhammad, 2023; Seemiller et al., 2018). Besarnya jumlah pemilih pemula membuat mereka memiliki kekuatan dan pengaruh yang besar dalam kontestasi Pemilu.

II. METODE PENELITIAN

Untuk dapat menguraikan kompleksitas penerimaan generasi Z terhadap *kpopfication* politik, maka penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang menekankan pada data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati (Bogdan dan Taylor, 2000 dalam Syahril, 2016). Data mengenai penerimaan generasi Z terhadap *kpopfication* politik di akun X @aniesbubble akan dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan sembilan informan yang termasuk ke dalam kriteria berikut:

1. Berusia 17 – 29 tahun (termasuk ke dalam generasi Z yang telah memiliki hak suara pada Pemilu 2024)
2. Memiliki akun X
3. Mengikuti perkembangan akun X @aniesbubble
4. K-Popers maupun non-K-Popers
5. Mengetahui atau sadar mengenai fenomena *kpopfication* politik

Peneliti menyaring informan melalui screening question menggunakan *google form* yang disebar secara online sebelum penelitian dilakukan. Hasil dari wawancara mendalam dengan para informan tersebut kemudian dianalisis menggunakan analisis resepsi Stuart Hall yang membagi penerimaan audiens ke dalam tiga kelompok, yaitu hegemoni dominan, negosiasi, dan oposisi. Khalayak yang berada dalam posisi hegemoni dominan menerima secara penuh ideologi dominan yang berusaha disampaikan oleh media tanpa adanya penolakan. Khalayak yang berada dalam posisi negosiasi menerima ideologi dominan yang berusaha disampaikan oleh pengirim pesan, tetapi menolak pengimplementasiannya dalam kasus-kasus tertentu. Sedangkan, khalayak yang berada dalam posisi oposisi memiliki interpretasi yang berlawanan dengan representasi yang ditampilkan.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Hadirnya *kpopfication* politik atau penge-masan konten politik dengan mengadopsi budaya penggemar K-Pop menjadi bahasan yang sempat meramaikan media sosial pada masa pemilihan presiden 2024. Munculnya akun X @aniesbubble dengan konten-konten *kpopfication* politiknya ini menjadi hal yang kerap menimbulkan perdebatan di media sosial. Melalui wawancara mendalam dengan kesembilan informan terkait *kpopfication* politik yang dilakukan oleh akun X @aniesbubble, didapatkan bahwa, meskipun mereka memiliki pengertian yang hampir serupa tentang kegiatan *kpopfication* politik, terdapat sentimen yang berbeda antar tiap informan terkait fenomena tersebut.

Informan 1 dan 7 memandang *kpopfication* politik sebatas kegiatan mengemas informasi terkait politikus dengan format yang biasa digunakan oleh penggemar K-Pop saat membahas idolanya.

Informan 1

"Jadi, ya, seorang tokoh politisi, dalam setiap tindakannya itu disuarakan oleh suatu akun, tapi dikemas dengan gaya K-Pop, kayak gitu. Hal-hal yang sering dilakukan oleh fans K-Pop."

Informan 7

"Mungkin bukan definisi pasnya, cuma yang saya tau tuh misal politikus itu aktivitasnya dibuat seolah-olah kayak model-model idol kpop gitu. Kayak misal, lagi live, postingan instagramnya kayak di twitter gitu misalnya. Modelnya kayak SNS update kan kalau artis-artis kpop gitu. Terus misalnya kegiatan apa, gitu. Kayak update bubble-nya gitu-gitu. Terus live juga diingetin modelnya kayak model-model idol kpop gitu."

Meskipun memiliki pengertian yang sama terkait kegiatan *kpopfication* politik, informan 5 melihat fenomena ini sebagai kegiatan kampanye yang dilakukan oleh tim pemenangan dari politikus itu sendiri. Menurutnya, hal ini dilakukan untuk menarik atensi dan menjaring suara dari segmentasi K-Popers.

Informan 5

"Kpopfication politik. Politik yang dikpop-kpopin. Jadi mungkin, seorang politikus yang mencari atensi dari para kpopers gitu, kali

ya yang aku ngerti ... kalau yang aku lihat selama ini sih politikusnya, ya. Dia mencari, dia mengkpopkan dia, dirinya sendiri. Menghubung-hubungkan diri sendiri dengan sesuatu yang kpop buat menarik atensi kpopers. Itu sih yang aku lihat."

Sejalan dengan informan 5, informan 3 juga memandang *kpopfication* politik sebagai salah satu bentuk marketing untuk mempromosikan sosok politikus. Ia menilai penggunaan pendekatan ini dilakukan untuk menciptakan hubungan yang terkesan lebih personal dan dapat menumbuhkan adanya ikatan emosional tertentu dengan politikus tersebut (*parasocial relationship*).

Informan 3

"... menurut aku kpopfication itu lebih kayak, menggunakan market, bukan market ya? Kayak kegiatan-kegiatan yang biasanya digunakan komunitas fangirl ... supaya memperkenalkan tokoh anies ke kpop fans. Jadi kayak kasih tahu ini tentang apa, terus kayak visi misinya apa, terus kegiatannya dia apa gitu biar supaya lebih personal gitu ... jadi kita rasanya lebih dekat. Terus lebih apa, lebih ada parasosial relationship lah ya gitu, iya ya ... Jadi, lebih kayak information aja sih. In a way, kayak, kan marketing caranya macem-macam, ya? Bisa kampanye atau contohnya kpopfication ini yang dilakukan sama beberapa temen-temen."

Sentimen yang berbeda dalam mendefinisikan *kpopfication* politik juga ditunjukkan oleh informan 4. Ia memandang bahwa pengaitan politik dengan budaya K-Pop yang dilakukan oleh akun X @aniesbubble merupakan kegiatan yang mengagung-agungkan salah satu pasangan calon—dalam hal ini, Anies Baswedan.

Informan 4

"Yang kayak, apapun yang disangkut pautin ke ranah K-Pop. Entah dari segi apa gitu kan. Kayak misalnya, yang terbaru aja sih. Yang salah satu paslon diagung-agungkan dengan segmen K-Popers itu."

Informan 4 juga tidak melihat adanya dampak positif yang bisa ditimbulkan dari adanya fenomena ini. Meskipun tidak ada dampak negatif yang ia rasakan, ia memandang adanya *kpopfication* politik ini hanya akan memberikan keuntungan kepada

Anies Baswedan sebagai politikus yang dipromosikan.

Informan 4

"Kalau menurut aku mah, dampak negatif gak ada ya, cuma terlalu berlebihan aja sih ... Balik lagi, ini kan masa pemilu. Karena engagement k-pop itu di media sosial gede, otomatis dia bisa mendompleng nama Pak Aniesnya itu."

Berbeda dengan apa yang dipercaya oleh informan 4, beberapa informan mengaku mereka merasakan dampak positif dari adanya *kpopfication* politik. Informan 2 dan 7 merasa hadirnya *kpopfication* politik membuat mereka melihat politik menjadi hal yang lebih menarik.

Informan 2

"Positif sih, karena membuat politik jadi lebih menarik."

Informan 7

"Iya menarik, karena apa ya? Gaya baru politikus itu, nyampein sesuatu gitu"

Selaras dengan informan 2 dan 7, informan 9 memandang hadirnya *kpopfication* politik ini sebagai media yang dapat menghubungkan antara politik yang dinilai berat dengan minat generasi muda. Menurutnya, fenomena *kpopfication* politik merupakan salah satu contoh ketika anak muda dapat memanfaatkan media yang dimilikinya dengan sebaik mungkin.

Informan 9

"Ya, kpopfication itu bukan hal yang buruk karena merupakan salah satu channel yang bisa menghubungkan interest politik ke anak muda. Jadi, kita kan sulit ya untuk memasukan politik ke anak muda itu susah. Jadi membutuhkan channel yang anti-mainstream, contohnya ya dengan kpopfication, dengan joget-joget jedag-jedug di tiktok. Itu kan salah satu channelnya mereka ya untuk menggaet para pemilih dari generasi z gitu. Jadi itu salah satu channelnya dan dimanfaatkan dengan baik sih menurutku."

Selain dapat membuat bahasan politik menjadi menarik dan meningkatkan minat generasi Z terhadap politik, adanya *kpopfication* politik juga dapat mengubah cara

pandang masyarakat kepada K-Popers seperti yang diungkapkan oleh informan 1. Menurutnya, dengan adanya fenomena ini, masyarakat jadi bisa melihat bahwa K-Popers tidak hanya berkutat pada hal-hal yang dinilai tidak berguna semata.

Informan 1

"Menurut saya, ini sebuah langkah yang baik sih, karena beberapa kali saya sering menemukan, banyak orang yang sering menganggap, terutama orang tua ya, punya stigma negatif terhadap K-Pop. Dengan adanya kpopfication ini, mungkin orang-orang yang tadinya gatau K-Pop, yang menganggap K-Pop, mungkin dikatakan tidak berguna bagi mereka, itu jadi paham kalau "Oh, ini punya letak keseruannya masing-masing" gitu lho ..."

Terkait dampak yang dibawa oleh adanya *kpopfication* politik, informan 6 tidaklah menganggap hal ini sebagai hal yang positif maupun negatif. Menurutnya, selagi tidak membawa unsur yang dapat merugikan salah satu pihak, hal tersebut merupakan hal yang wajar-wajar saja untuk dilakukan.

Informan 6

"Kalau aku sih positif-positif aja ya, karena dari aku sendiri aku biasa aja. Biasa aja gak yang liat itu sebagai hal yang positif atau negatif karena enggak mau, apa ya? Tidak mengganggu aku. Dia tidak membawa unsur-unsur yang merugikan salah satu pihak gitu, baik kpopers atau yang lainnya...."

Pandangan berbeda diutarakan oleh informan 4 dan 5. Menurut mereka, pemberian informasi terkait politikus dengan format budaya penggemar K-Pop merupakan hal yang tidak wajar untuk diterapkan. Informan 5 bahkan merasa bahwa hal tersebut dapat mengubah citra dan menghilangkan kewibawaan yang seharusnya dimiliki oleh seorang politikus.

Informan 4

"Kalau menurut aku enggak, ya ... Soalnya kan dari ranahnya aja kan udah beda gitu. Yang Pak Anies orang Indo bukan orang Korea. Walaupun konteksnya sama ya, mengidolakan. Tapi menurut aku enggak sih, kan beda culturenya aja."

Informan 5

"... mungkin karena menurut aku politikus tuh harusnya seorang yang berwibawa dan menjaga image dan kaku, jadi kalau misalnya dia dijadikan kayak idol yang, biasanya kan bertingkah laku lucu atau yang kayak gitu kan? Jadi sebenarnya karena ini baru anies doang, aku kan gak merasa terganggu, jadi yaudah biarin aja. Tapi kalau misalkan setelah dipikir-pikir lagi, kalau itu diterapkan ke politikus lain, kayaknya lumayan mengganggu aku deh. Kayaknya begitu."

Informan 8 bahkan merasa adanya upaya pengakulturasian antara budaya populer K-Pop dengan preferensi politik sebagai hal yang aneh. Menurutnya, K-Pop sebagai hobi seharusnya tidak dicampuradukan dengan bahasan politik.

Informan 8

"Lebih ke, iya sih, kenapa harus digabungin gitu? Padahal kan bisa dipisah. Kayak, kpopan ya kpopan aja, gak usah pake itu dijadikan template buat paslon-paslon yang kayak gitu. Mending dipisah gitu lho. Soalnya, kpop kan lebih ke hobi, tapi kalau disambungin sama politik kan jadi aneh juga."

Sejalan dengan informan 8, informan 3 juga merasa adanya pencampuran antara bahasan K-Pop dengan politik sebagai hal yang mengganggu. Baginya, K-Pop merupakan hobi yang seharusnya bisa menjadi pelarian dari kehidupan nyata. Namun, sejak adanya fenomena ini, ia memandang hal itu tidak lagi dirasakan akibat tercampurnya pembahasan yang muncul di timeline fan account-nya.

Informan 3

"... kayak aku pribadi, aku pribadi ini sih lebih ke negatif ya. Soalnya aku itu dengan kesibukan in real life, kadang kalau aku stress, kan aku buka twitter, gitu. Kan aku pengen relax gitu, lho. K-Pop itu is my way to releasing stress. Jadi kadang kayak, in real life kan temen-temen juga ngomongin politik, terus aku ke akun fangirl-ku malah ngeliat politik juga. Terus malah kadang ada yang sampe berantem, jadi kayak gimana, ya? Kurang sreg lah."

Informan 3 juga menambahkan bahwa sejak adanya *kpopfication* politik, ia kerap kali

menemukan teman-teman virtualnya (mutual) terlibat dalam pertikaian demi membela politikus yang didukung.

Informan 3

"Temen-temenku yang tadinya kan emang akun k-popers, ya? Cuman sejak kpopfication jadi akunnya lumayan banyak ngomongin politik, ya. Kadang-kadang malah bahkan ikutan kayak war-nya. Jadi... Seriusan! Ada yang kayak nge-retweet retweet gitu, terus ada yang ikut berantem juga hahaha..."

Adanya pertikaian antar pendukung yang dipicu oleh *kpopfication* politik ini tidak hanya dirasakan oleh informan 3 saja. Informan 7 juga mengakui bahwa adanya *kpopfication* politik kerap kali dijadikan bahan untuk melempar cemoohan kepada politikus terkait.

Informan 7

"... Tapi ya mungkin, apa ya sama lawan politik jadi lebih mudah dibalikin, dikata-katain sama imagenya si politikus ini ... contohnya kalau misalnya Pak Prabowo kan imagenya gemoy-gemoy gitu ya? Terus kalau misalnya pendukungnya Prabowo ini ngeliat kepopficationnya Pak Anies itu jadi kayak kesannya "lu kemarin ngatain gemoy gemoy gemoy, giliran si Anies diginin juga ngikut"..."

Mengenai pertikaian antar pendukung yang dipicu *kpopfication* politik, baik informan 3 maupun informan 7 menyadari bahwa hal tersebut terjadi karena adanya audiens yang menyikapi konten-konten *kpopfication* politik secara berlebihan. Hal tersebut pada akhirnya memunculkan adanya pengidolaan terhadap politikus sehingga tidak menerima jika politikus tersebut mendapatkan kritik.

Informan 3

"... Kalau masih buat senang-senang aja sih oke. Cuman kadang aku suka ngeliat kayak ada orang yang terlalu gimana ya? Kan, kadang kalau fans K-Pop ke idolnya suka rada mendewakan gitu, ya? Itu, aku kurang suka kalau misalnya, bukan kurang suka, kurang setuju. Kan tiap orang kan punya kelebihan dan kekurangan. Dan sebenarnya idol sendiri kan gak sempurna gitu lah. Jadi, sebaiknya kita jangan terlalu punya mentality mendewakan seseorang..."

Informan 7

"... Mungkin ada sebagian orang yang jadi, dalam tanda kutip "terlena" sama kepribadian orang yang di akun-akun kayak gitu kan, jadi bisa aja keburukan yang dikritik harusnya jadi gak disentuh. Jadi orang ngeliatnya "ah ini dia orangnya begini begini kok, gak bakal begini" jadi munculin itu yang gak bisa dikritik gitu."

Untuk dapat menghindari timbulnya pertikaian maupun konflik lainnya karena adanya *kpopfication* politik, para informan sepakat bahwa terdapat batasan-batasan yang tidak boleh dilewati dalam melakukan *kpopfication* politik. Informan 1 dan 3 menekankan bahwa audiens sebagai pihak yang mengonsumsi konten-konten *kpopfication* politik di media sosial haruslah menyadari bahwa politikus berbeda dengan idola K-Pop. Oleh karena itu, jangan sampai pendukung politikus mengidolakan politikus dengan berlebihan.

Informan 1

"...yang perlu digarisbawahi, mereka itu bukan idol K-Pop yang ada di bawah suatu agensi kayak gitu, ya. Jadi gak ada regulasinya dan yang namanya politikus itu pastinya oportunis, jadi kita gak boleh beneran ngidolain politikus tanpa tau latar belakangnya mereka tuh kayak gimana. Karena sebenarnya mereka juga bisa bertindak sesuai partainya mereka, kayak gitu. Jadi sewajarnya aja lah, jangan terlalu berlebihan dalam mengidolakan politikus ..."

Informan 3

"... Kan ada fans yang kayak gitu. Jadi kayak, idola tuh is the best, kayak gak boleh ada yang jelek-jelekin gitu, lho. Ya itu yang aku bilang, mendewakan aja. Jadi, menurut aku selama kpopfication belum mempengaruhi kamu sampai ke level itu, masih just for fun, I think it's okay ..."

Berbeda dengan informan 1 dan 3 yang menyoroti bagaimana cara audiens menyikapi konten-konten *kpopfication* politik, informan 5 memandang bahwa batasan dari fenomena ini adalah isi dari konten itu sendiri. Menurutny, selama konten-konten yang disebarkan masih memiliki muatan dan tidak merugikan pihak manapun, maka *kpopfication* politik tidaklah menjadi hal yang mengganggu baginya.

Informan 5

"... selama masih dalam batas wajar dan tetep ada inti yang mau disampaikan, ya yasudah silahkan aja. Selama gak mengganggu siapapun."

Selain dua hal di atas, mayoritas informan juga mengungkapkan bahwa batasan yang tidak boleh dilewati dalam melakukan *kpopfication* politik adalah membawa identitas K-Pop itu sendiri. Baik melalui nama artis, nama grup, hingga nama fandom K-Pop tertentu. Menurut mereka, penerapan *kpopfication* politik cukup sebatas mengadopsi format konten yang biasa digunakan oleh penggemar K-Pop tanpa harus membawa identitas K-Pop itu sendiri.

Informan 2

"Oh, jangan bawa-bawa idolnya sih. Jadi kpopfication aja, asal jangan bawa si idol kpop tersebut. Karena kan dari si agensi dari idol-nya tersebut kan pasti dari negara mereka punya batasan juga, kan? Negara mereka aja punya batasan, kita ya jangan sampe nyentuh-nyentuh batasan tersebut, gitu kan."

Informan 6

"Iya. Batasannya selama si akun itu tidak membawa fandom tertentu atau grup tertentu ya menurutku itu sah-sah aja, gapapa. Asal gak membawa dampak negatif ke orang lain aja"

Informan 7

"... terserah mau kreatif apa. Mau bentuknya kayak apa. Tapi, mungkin yang bisa dibatesin jangan terlalu membawa idol kpop aslinya atau perusahaan-perusahaan di sana yang aslinya. Kan takutnya, kan gak ada kontrak ya, takutnya jadi malah bermasalah, malah ada clash lagi kan, jadi orang mungkin skeptis lagi sama politik. Karena hal-hal kayak gitu yang gak di-aware-in lagi sama yang ngepop-kpopin politik."

Informan 9 juga menegaskan, penyematan identitas K-Pop maupun identitas Korea dalam melakukan *kpopfication* politik juga dapat menimbulkan adanya politik identitas dan berita bohong.

Informan 9

"... Yang pasti, jangan sampe bawa-bawa identitas korea, Apalagi sampe ada hoaks kalau orang korea tuh mendukung pasangan 01 karena kita itu kpop banget, gitu. Jangan sampe gitu aja sih hahahaha. Jadi dijadikan channel buat marketingnya aja. Jangan sampe dibikin hal-hal yang mempengaruhi ke politik identitas gitu."

Terkait *kpopfication* dan pilihan politik, mayoritas informan menganggap tidak ada dampak yang ditimbulkan dari adanya hal tersebut dengan pilihan politik mereka.

Informan 5

"... Menurut aku, orang cenderung bisa membedakan antara kpop jadi tempat buat hiburan, sedangkan politik itu kan hal yang perlu dipikirkan, gitu. Mereka gak menggabungkan dua itu. Jadi kalau dibilang terpengaruh ya enggak, karena mereka memisahkan dua hal itu. Menurut aku sih kayak gitu"

Pandangan *kpopfication* politik sebatas hiburan di media sosial juga diutarakan oleh informan 1 dan informan 4. Menurut mereka, adanya *kpopfication* hanyalah bagian dari hiburan kampanye dan menambah keseruan di media sosial semata.

Informan 1

"... kalau buat saya sendiri, kpopfication cuma bagian dari hiburan kampanye. Bagaimana cara mengkampanyekan. Jadi, pilihan politik saya tidak terpengaruhi oleh hal tersebut."

Informan 4

"Iya, gitu (kpopfication) buat seru-seruan aja."

Informan 4 juga menambahkan bahwa adanya *kpopfication* politik ini tidak mengubah cara pandangannya terhadap Anies Baswedan—sebagai politikus yang menjadi objek konten *kpopfication* politik. Baginya, Kpop dan politik bukanlah hal yang seharusnya disangkutkan.

Informan 4

"Enggak, sama aja ah. Karena yang ngebedaannya itu, ya sosok Anies ini ya

kultur k-pop ya buat yang kultur k-pop aja gitu, gak disangkutkan."

Lain halnya dengan informan 4, Informan 8 mengungkapkan bahwa adanya *kpopfication* politik cukup mengubah pandangannya terhadap Anies Baswedan. Ia menganggap politikus tersebut memanfaatkan kesempatan dengan mencari perhatian pada segmentasi K-Popers. Hal tersebut membuatnya menjadi semakin tidak menyukai sosok tersebut.

Informan 8

"... Kayak nyari perhatian gitu sih. Caper gitu ... Kalau sebelumnya sih, kayak biasa aja, kayak, kalau aku kan emang bodo amat gitu, ya. Jadi terserah. Tapi pas kayak di-Kpop-in kayak gitu tuh, jadi kayak gak sreg aja. Agak kurang suka aja, gitu ... Kalau aku jujur jadi makin gak suka sih."

Hal ini bertolak belakang dengan informan 7. Sadarnya politikus—yang dijadikan objek dalam konten-konten *kpopfication* politik—ini terhadap adanya segmentasi K-Popers dianggap sebagai hal yang positif olehnya. Baginya, hal tersebut menunjukkan bahwa politikus tersebut peduli dengan berbagai fenomena pada segala lapisan masyarakat yang ada, tidak hanya berkutat pada hal-hal konservatif di sekitarnya saja.

Informan 7

"... Misal si politikus yang ditargetin ini dia tau nih ada ceruk kpopers, berarti dia meleak sama semua hal gitu, gak tertutup sama apa yang dia kerjain, tapi di dunia nyata ini gak semua tentang apa yang ada di meja dia. Kan sangat cair lah, apalagi di dunia maya kan banyak orang yang senang yang gayanya kaya apa. Dengan adanya si kpop ini ya bagus lah."

Meskipun memiliki pandangan positif terhadap *kpopfication* politik, informan 7 mengaku tidak ada perubahan pilihan dalam dirinya sebelum dan sesudah munculnya *kpopfication* politik. Ia mengaku bahwa ia memang telah mendukung pasangan Anies Baswedan dan Muhaimin Iskandar. Adanya *kpopfication* politik ini membuatnya senang karena semakin banyak yang membicarakan pasangan calon dukungannya itu.

Informan 7

"Kalau pilihan politik sendiri sejujurnya udah pilihan dari sebelumnya. Cuma setelah ada ini mungkin jadi, bukan lebih yakin ya, mungkin jadi lebih seneng aja sih karena ada yang ngeramein si tokoh ini."

Hal serupa juga dikatakan oleh informan 6. Ia mengungkapkan bahwa sejak awal ia memang telah tertarik dengan kepribadian Anies Baswedan. Adanya *kpopfication* politik menurutnya menjadi media untuk lebih mengenal dan memantapkan pilihannya tersebut.

Informan 6

"Dari awal aku tahu, aku udah tertarik sama pribadi paslon yang itu, sama Pak Aniesnya. Karena berliu punya gagasan gagasan gitu, jadi tertarik. Sejujurnya sih, adanya akun itu beneran ngebantu aku makin tau dan memantapkan pilihan sih."

Apa yang dialami oleh informan 6 dan 7 sejalan dengan pandangan informan 4. Menurutnya, kelompok yang menerima sepenuhnya gagasan yang dibawa oleh *kpopfication* politik hanyalah individu-individu yang memang telah mendukung pasangan calon yang dipromosikan dan kebetulan memang berkecimpung di dalam ranah fandom K-Pop.

Informan 4

"Kalau yang setuju itu karena emang berkecimpung di rute kpopers ya mau gak mau ikut aja. Dan juga kebetulan mungkin, si salah satu pasangannya ini dia suka juga gitu. Jadinya klop, yang dia suka culture kpop dan pasangan yang paslon itu dia suka, jadi yaudeh. Makanya jadi setuju dia gitu."

Informan 4 juga menambahkan bahwa *kpopfication* politik ini hanyalah fenomena yang ramai di media sosial dan pada kenyataannya tidak mampu untuk mendongkrak perolehan suara dari pasangan calon yang dipromosikan.

Informan 4

"Kalau buat gaet suara di sosial media sih iya. Karena kalau buat di sosmed, emang ranahnya kpopers di sosmed gede, otomatis buat ngedompleng namanya dia ya gede juga ... Cuma kalau buat di real life, kenyataannya enggak semasuk itu ya ...

Cuma buat di sosial media buat rame aja, cuma buat hasil nyatanya enggak ... Buat kenyataannya gak ngedongkrak banget."

Sejalan dengan informan 4, informan 7 yang memiliki pandangan positif terhadap *kpopfication* politik juga memandang hal tersebut sebagai hal yang tidak terlalu berdampak pada hasil pemilihan umum. *Kpopfication* politik hanya ramai di media sosial berkat algoritma yang memberikan informasi serupa yang kita sukai, sehingga terlihat sebagai hal yang besar.

Informan 4

"Karena ya emang cuma di situ situ aja sih. Kita ngerasa di twitter rame, banyak yang ngikutin, berapa puluh ribu yang liat, yang aware, cuma kan kalau diliat di dunia nyata gak begitu banyak ... Iya, cuma di media sosial aja. Terlihat dari hasilnya juga sih, gak terlalu berdampak."

Mengenai perbedaan yang cukup signifikan antara antusiasme terhadap *kpopfication* politik di media sosial dan hasil Pemilu 2024, informan 1 memandangnya sebagai hal yang wajar. Menurutnya, hal ini disebabkan kecilnya cakupan yang berhasil diraih oleh fenomena ini serta tidak tersentuhnya kalangan akar rumput yang memegang peranan kuat dalam penentuan hasil pemilu.

Informan 1

"... karena, ya mainnya di tempat itu sendiri. Gak ke grassroot kayak gitu, lho. Kan orang-orang di X ya itu-itu aja. Jadi, mungkin gak terlalu berpengaruh, tapi kalau yang basisnya mungkin emang suaranya gak sebesar itu, seperti Anies sama Ganjar mungkin berpengaruh ... ada pengaruhnya, walaupun gak sebanyak itu."

Sejalan dengan pandangan informan 1, informan 2 juga melihat hal ini disebabkan oleh target sasaran yang terlalu spesifik. Selain itu, terdapat pula segmentasi yang telah memiliki pilihannya sendiri dan tidak tertarik dengan adanya *kpopfication* politik ini.

Informan 2

"... walau misal udah ada kpopfication, tapi ranahnya kan gak sebesar itu kalau misalnya di Indonesia. Dan pasti target pasarnya cuma K-Popers gak di semua kalangan, kan? Apalagi orang-orang tua

juga gak ngerti K-Pop dan mereka juga udah punya pilihan sendiri, gak si? Mereka percaya sama pilihannya sendiri. Jadi kalau misal dikasih liat kpopfication juga merekanya gak ngerti, bingung juga gimana, kan?"

B. Pembahasan

K-Popers kerap kali dianggap sebagai kelompok yang canggung secara sosial, tidak tertarik dengan politik (apolitis), serta apatis terhadap urusan negaranya sendiri (Meliana et al., 2023). Hadirnya akun X @aniesbubble yang mengakulturasikan antara budaya penggemar K-Pop dengan preferensi politiknya dianggap sebagai anomali dan menjadi perbincangan di media social selama masa pemilihan presiden 2024. Kegiatan menyuarakan pilihan politik dengan balutan budaya populer yang dilakukan oleh akun X @aniesbubble ini dapat dikategorikan sebagai aktivisme penggemar (fan activism), yaitu keterlibatan masyarakat dalam partisipasi politik yang tumbuh dari dalam budaya penggemar itu sendiri (Fadillah et al., 2022).

Melalui aktivisme penggemar, penggemar akan menggunakan narasi dari budaya populer yang mereka gemari sebagai alat bercerita yang dapat mendorong partisipasi politik audiensnya (Street in Brough dan Shresthova, 2012 dalam Andini et al., 2021). Dalam hal ini, akun X @aniesbubble menggunakan budaya penggemar K-Pop untuk memberikan informasi terkait politikus--Anies Baswedan--serta membahas isu-isu politik secara umum. Kegiatan *kpopfication* politik yang dilakukan oleh akun X @aniesbubble ini pun meraih reaksi yang beragam. Melalui wawancara mendalam kepada sembilan informan, peneliti berupaya mengungkapkan penerimaan generasi Z--sebagai generasi yang menggunakan media sosial sebagai sumber informasi utamanya dalam mengenal calon presiden (Annur, 2024)--terhadap *kpopfication* politik pada akun X @aniesbubble di masa pemilihan presiden 2024. Penerimaan akan dianalisis menggunakan analisis resepsi yang membagi proses decoding generasi Z ke dalam kelompok hegemoni dominan, netral dan oposisi.

Pada posisi hegemoni dominan, terdapat informan 1, 2, 3, 6, 7, dan 9. Menurut mereka, *kpopfication* politik merupakan hal yang wajar dilakukan. Mereka juga merasakan adanya dampak positif dari fenomena ini.

Kpopfication politik juga dianggap sebagai hal yang kreatif, inovatif, serta dapat menjadi jembatan bagi generasi Z untuk dapat tertarik dengan bahasan politik secara umum.

Meskipun terdapat beberapa batasan terkait *kpopfication* politik yang diungkapkan oleh para informan, hal tersebut hanya berlaku pada *kpopfication* politik secara umum. Informan-informan yang berada pada posisi hegemoni dominan menilai bahwa *kpopfication* politik yang terdapat pada akun X @aniesbubble telah ideal dan sesuai dengan nilai-nilai yang mereka percaya. Pada posisi netral, terdapat informan 5. Walaupun ia menganggap *kpopfication* politik sebagai hal yang tidak wajar dan dapat menghilangkan wibawa dari para politikus, *kpopfication* politik yang dilakukan oleh akun X @aniesbubble dirasa tidak mengganggu dirinya. Meskipun sempat bingung dalam menentukan sikap terhadap fenomena ini, informan 5 pada akhirnya dapat menyimpulkan bahwa ia bisa menerima *kpopfication* politik yang dilakukan oleh akun X @aniesbubble. Akan tetapi, jika diterapkan pada politikus lain, ia merasa hal tersebut akan mengganggu baginya.

Pada posisi oposisi terdapat informan 3, 4, dan 8. Mereka menganggap *kpopfication* politik, baik secara umum maupun yang dilakukan akun X @aniesbubble, sebagai hal yang aneh dan tidak sesuai dengan tempatnya. Bagi mereka, K-Pop sebagai budaya populer dan hobi tidaklah seharusnya digabungkan dengan politik. Penggabungan antara kedua hal tersebut dinilai sebagai hal yang hanya akan menimbulkan pengidolaan atau pengagung-agungan terhadap sosok politikus. Menurut jawaban-jawaban yang diberikan informan, peneliti menemukan bahwa para informan yang melihat *kpopfication* politik sebagai hal yang positif memiliki kecenderungan atau bahkan mengakui bahwa mereka mendukung Anies Baswedan--selaku politikus yang menjadi objek dari konten *kpopfication* politik. Mayoritas mereka juga memiliki pandangan yang sama dengan pesan-pesan yang disampaikan melalui konten *kpopfication* politik ini.

Bagi mereka, *kpopfication* politik yang dibawakan oleh akun X @aniesbubble merupakan suatu pergerakan yang hadir dari masyarakat sebagai upaya membawa perubahan dan menunjukkan dukungannya kepada Anies Baswedan. Mereka juga menganggap fenomena ini sebagai hal yang

wajar serta membawa banyak dampak positif. Adanya *kpopfication* politik dinilai sebagai media yang dapat menjadi jembatan bagi generasi Z untuk lebih memahami politik yang biasanya dipandang sebagai hal yang berat dan membosankan. Tidak ada batasan antara konten-konten *kpopfication* politik yang kerap kali dikemas dengan bahasa maupun istilah-istilah K-Pop terhadap identifikasi informan sebagai K-Popers maupun non-kpopers. Bagi non-kpopers yang sejak awal telah memiliki ketertarikan pada Anies Baswedan, mereka akan berusaha mempelajari istilah-istilah yang digunakan demi dapat terjun ke dalam diskursus politik yang dibalut dengan *kpopfication* tersebut.

Hal ini berlaku sebaliknya bagi para informan yang mengaku telah memiliki pilihan selain Anies Baswedan. Meskipun mereka mengidentifikasi diri sebagai K-Popers, maraknya pembahasan mengenai Anies Baswedan yang dikemas dengan format K-Pop tidak serta merta membuat mereka tertarik kepada sosok tersebut. Hal tersebut bahkan dipandang sebagai gangguan dalam aktivitas fangirling mereka. Bagi mereka, *kpopfication* politik tidak lebih dari strategi marketing dan siasat politik yang dilakukan oleh tim pemenangan Anies Baswedan. Tidak jarang pula mereka menemukan hal-hal negatif terkait *kpopfication* politik maupun Anies Baswedan sendiri yang membuat mereka semakin tidak menyukai sosok politikus tersebut. Sedangkan, bagi informan yang tidak tergabung ke dalam kelompok K-Popers maupun pendukung Anies Baswedan cenderung abai terhadap *kpopfication* politik pada akun X @aniesbubble. Bagi mereka, fenomena ini tidak lebih dari sekedar trend yang akan hilang dengan sendirinya dan tidak dapat memberikan dampak apapun pada Pemilu 2024.

Adanya perbedaan penerimaan ini salah satunya disebabkan oleh perbedaan jenis konten yang dijumpai masing-masing informan ketika mengakses media sosialnya. Informan yang memiliki penerimaan positif terhadap *kpopfication* politik cenderung menjumpai unggahan-unggahan yang menanggapi konten akun X @aniesbubble secara positif. Unggahan tersebut dapat berupa postingan dari orang-orang yang mengikuti project-project akun X @aniesbubble atau antusiasme terhadap hal tersebut.

Sebaliknya, informan yang memiliki penerimaan negatif terhadap *kpopfication* politik cenderung menjumpai unggahan-unggahan yang menanggapi konten *kpopfication* politik pada akun X @aniesbubble secara negatif, seperti adanya pertikaian antar pendukung. Di sisi lain, orang-orang yang cenderung abai terhadap fenomena ini lebih jarang menjumpai unggahan-unggahan terkait *kpopfication* politik di media sosialnya. Adanya perbedaan tersebut merupakan bagian dari cara kerja algoritma yang digunakan pada platform media sosial. Algoritma akan mempersonalisasi jenis-jenis konten yang akan ditampilkan pada tiap-tiap akun. Pemilihan konten ini akan disesuaikan dengan preferensi pengguna berdasarkan perilaku online mereka (Dwiyanti et al., 2023).

Para informan yang cenderung memiliki ketertarikan terhadap Anies Baswedan, secara sadar maupun tidak sadar akan lebih sering berinteraksi dengan unggahan-unggahan positif terkait sosok tersebut. Hal itulah yang pada akhirnya dipelari oleh algoritma terkait preferensi mereka. Selanjutnya, algoritma hanya akan menampilkan unggahan-unggahan yang bernada positif. Baik tentang Anies Baswedan maupun topik-topik yang berafiliasi positif dengan sosok tersebut. Oleh karena itu, tidak heran jika ditemukan bahwa mayoritas informan yang mengaku memiliki kecondongan pada Anies Baswedan merasa bahwa hadirnya *kpopfication* politik sebagai media untuk memperteguh pilihan mereka.

Sebaliknya, ketika seseorang memiliki kecenderungan negatif terhadap Anies Baswedan, maka ia juga akan lebih banyak berinteraksi dengan unggahan-unggahan negatif terkait tokoh tersebut serta topik-topik yang berafiliasi dengannya. Intensitas munculnya unggahan negatif terkait tokoh tersebut juga berpotensi lebih besar ketika dikaitkan dengan preferensinya di ranah lain. Hal inilah yang membuat informan yang mengidentifikasi dirinya sebagai K-Popers, tetapi bukan bagian dari pendukung Anies Baswedan, kerap menjumpai unggahan-unggahan negatif serta pertikaian antar pendukung (fanwar) terkait *kpopfication* politik pada lini masa akunnya. Maka, tidak heran jika mereka merasa adanya *kpopfication* politik sebagai hal yang mengganggu dan membuat mereka semakin tidak menyukai sosok tersebut.

Di sisi lain, para informan yang tidak tergabung dalam fandom K-Pop maupun

pendukung Anies Baswedan akan lebih sedikit berinteraksi dengan unggahan terkait Anies Baswedan maupun K-Pop. Algoritma akan mempelajarinya sebagai hal yang tidak mereka sukai dan memilih unggahan lain untuk ditampilkan. Oleh karenanya, informan yang berada pada kelompok ini mengaku jarang menjumpai unggahan terkait *kpopfication* politik dan menganggapnya sebatas trend yang tidak memiliki kekuatan apapun. Adanya personalisasi dari algoritma ini pada akhirnya akan mempersempit akses informasi politik bagi tiap individu dan hanya mendapatkan sudut pandang yang ter-polarisasi. Pengguna media sosial cenderung hanya berinteraksi dengan orang-orang yang memiliki pandangan politik serupa dengan-nya. Hal ini hanya akan memperkuat keyakinan mereka serta berpotensi besar mengabaikan pandangan yang berbeda (Dwiyanti et al., 2023).

Hadirnya *kpopfication* politik sebagai upaya pengakulturasian budaya populer dengan preferensi politik pada akhirnya hanya memberikan dampak positif kepada kelompok dengan preferensi politik yang sama. Akan tetapi, hal tersebut tidak memberikan dampak apapun terhadap individu-individu yang sejak awal tidak menyukai sosok yang diangkat oleh *kpopfication* politik itu sendiri.

IV. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Kpopfication politik sebagai upaya anak muda dalam mengakulturasikan budaya populer dengan preferensi politiknya memanglah memberikan dampak positif terhadap kelompok yang memang memiliki preferensi yang sama. Akan tetapi, hal tersebut tidak memiliki dampak apapun terhadap kelompok dengan preferensi politik yang berbeda.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menyarankan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan topik penelitian ini dengan melakukan penelitian kuantitatif yang memfokuskan tujuan penelitian pada pengaruh dari *kpopfication* politik terhadap partisipasi politik maupun pilihan politik suatu generasi maupun segmentasi masyarakat tertentu.

DAFTAR RUJUKAN

- Andini, A. N., & Akhni, G. N. (2021). Exploring youth political participation: K-Pop fan activism in Indonesia and Thailand. *Global Focus*, 1(1), 38–55.
- Dwiyanti, D. A., Nurani, I., Alfarizi, M. N., & Hubbah, R. D. (2023). Pengaruh Media Sosial terhadap Partisipasi Politik Warga Negara: Dampak Positif dan Negatif. *ADVANCES in Social Humanities Research*, 1(4), 298–306.
- Fadillah, D., Wibowo, A. A., Hariyati, N., Long, B., & Zhenglin, L. (2022). The Rise of K-Popper's Political Awareness in Twitter and What It Means for All of Us. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 19(2), 253–263.
- GoodStats. (2022, September 20). Deretan Negara dengan Fans K-Pop Terbanyak, Indonesia Nomor Satu. GoodStats.
- Meliana, M., & Al Jannah, D. (2023). Aktivisme Digital Fans K-Pop Dalam Menyuarakan Aksi Penolakan RUU Cipta Kerja (Omnibus Law) Tahun 2020. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(3), 8407–8420.
- Muhammad, N. (2023, July 5). KPU: Pilih Pemilu 2024 Didominasi oleh Kelompok Gen Z dan Milenial. Databoks Katadata.
- Sa'diyah, S. S. (2019). Budaya Penggemar di Era Digital. *JURNAL ILMU KOMUNIKASI*, 2(1). doi: 10.33005/jkom.v2i1.34
- Seemiller, C., & Grace, M. (2018). *Generation Z: A Century in the Making*. New York: Routledge.
- Syahril, N. C. (2016). Hubungan motivasi beragama dan kompetensi kepribadian dengan perilaku dosen Sekolah Tinggi Agama Islam Jamiah Mahmudiyah Tanjung Pura kabupaten Langkat [Master Thesis]. UIN Sumatera Utara.