

**Fandom dan Konsumsi Media:
Studi Etnografi Kelompok Penggemar Super Junior, ELF Jogja**

Ratna Permata Sari

Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Islam Indonesia (UII), Yogyakarta

Abstract

Korean Wave (music, movie, and drama), recently, accept a lot of attention from Indonesian teenagers. Thanks to the power of mass media, Korean music, or we called it K-Pop, beginning to spread it virus throughout the world by the emerging of Fandom. Super Junior as one of the pioneer of Korean boy band become the group that has the largest fan club in the world named ELF. This research examines the private media consumption behavior by ELF Jogja and the interaction between its members in organic and virtual community. Ethnographic became the main method by using participant observation, in-depth interview, and focus group discussion with snow ball technique. The finding are (1) the private media consumption behavior of fans showed that the fans had "hyper-consumerist" sensibility and (2) when fans already jump to virtual communities, they will have different communication pattern like they ever had in organic community before.

Keywords: *ELF Jogja, fans, fandom, consumption, media*

Abstrak

*Korean Wave (musik, film, dan drama) akhir-akhir ini menyita perhatian remaja Indonesia. Berkat kekuatan media massa, musik Korea – atau disebut K-Pop – mulai menyebar selayaknya virus ke seantero dunia dengan kemunculan Fandom. Band Super Junior sebagai salah satu pionir *boyband* Korea menjadi grup musik yang memiliki fan terbanyak di dunia. Kelompok penggemar ini disebut ELF. Penelitian ini mendedah perilaku konsumsi media secara privat dari para anggota ELF Jogja dan interaksi antara anggota ELF dalam komunitas riil dan virtual. Metode etnografi digunakan dengan melakukan observasi partisipasi, wawancara mendalam, dan *focus group discussion* berteknik *snow ball*. Hasilnya antara lain (1) perilaku konsumsi media secara privat dari para penggemar menunjukkan kecenderungan "*hyper-consumerist*" dan (2) ketika para penggemar masuk ke dalam komunitas virtual, mereka memiliki pola komunikasi yang berbeda dengan saat berinteraksi di dunia nyata.*

Kata Kunci: *ELF Jogja, penggemar, fandom, konsumsi, media*

Pendahuluan

Demam Korea (*Korean Fever*) saat ini telah melanda dunia anak muda. Hal itu diakibatkan karena penyebaran dan pengaruh budaya Korea melalui produk-produk budaya populer. Gempuran

budaya populer yang disebarkan Korea kerap disebut *Korean Wave* yang dalam bahasa Korea disebut Hallyu. Film, drama, musik dan pernak-pernik merupakan contoh dari produk budaya populer yang disebarkan oleh negara