

BAB II

HALLYU, K-POP, DAN KOMUNITAS PENGGEMAR

2.1. Perkembangan *Hallyu* di Indonesia

Hallyu yang sudah menjadi kiblat baru bagi budaya populer dunia dibangun bukan hanya dalam satu malam. Gelombang yang mereka bawa, berhasil memberikan warna baru bagi perkembangan budaya di berbagai negara. Gaya busana, tata rias, hingga makanan merupakan sedikit dari banyaknya pengaruh yang *hallyu* berikan terhadap kehidupan masyarakat, terutama pada kalangan anak muda (Perangin-angin, 2022; Rahman Hakim et al., 2021).

Gelombang *hallyu* terutama sektor *K-pop* begitu terasa di Indonesia pada tahun 2010. Munculnya berbagai macam *girlband* dan *boyband* seperti Smash, 7Icons, Cherrybelle, XO-IX, Dragon Boys menjadi penanda bahwa genre musik ini sudah mulai diterima dan diadaptasi di Indonesia (Fenyapwain, 2019). Bahkan ada beberapa ajang pencarian bakat untuk membentuk *boyband* dan *girlband* Indonesia namun melibatkan mentor dari Korea Selatan, hingga bekerja sama dengan agensi *K-Pop*. Standarisasi peserta ajang pencarian bakat tersebut bahkan disamakan dengan *training idol K-pop* (Fenyapwain, 2019).

Sempat menghilang beberapa tahun, kini *boy group* dan *girl group* di Indonesia kini kembali eksis. Ada beberapa grup yang memiliki konsep seperti *K-pop* dengan tetap memberikan sentuhan musik pop khas Indonesia ke dalamnya, diantara yaitu UNITY, StarBe, dan juga Glass, pada sosial media grup para anggotanya juga kerap mengunggah video cover baik lagu maupun *dance* dari para *idol K-pop* (Alicia, 2021). Sekali lagi, ini menjadi bukti nyata bahwa *hallyu* sudah berhasil menjadi kiblat budaya bagi anak muda di Indonesia.

Masuknya budaya Korea melalui gelombang *hallyu* ke Indonesia mulai menggeser dominasi budaya barat atau *westernisasi* yang sudah lebih dahulu masuk ke Indonesia. Meskipun konsep *boyband* dan *girlband* ada sejak dahulu,

namun dengan masuknya genre *K-pop* seperti membawa peradaban baru dalam budaya populer dunia. *Hallyu* berhasil menarik banyak kalangan muda menjadi penggemar *K-pop* karena musiknya yang unik, tarian yang energik serta visual para idola yang sangat menawan. Gaya berpakaian, dan *make up* yang digunakan oleh para *idol K-pop* juga sangat khas, bahkan karena hal tersebut kini Korea juga berhasil menjadik kiblat baru di dunia *fashion*, *make up*, hingga *life style* (Wardani & Azwar, 2024; Wicaksono et al., 2021).

Semua hal yang mereka ciptakan bahkan bisa menjadi topik yang selalu diperbincangkan. Dewasa ini, rasanya semua orang pernah, atau paling tidak ingin menikmati hidangan ala Korea, berpenampilan manis dan menarik seperti orang Korea, memiliki kisah cinta yang indah selayaknya yang digambarkan dalam drama Korea, pandai menyanyi dan menari bak *idol* Korea (Alam & Nyarimun, 2017). Didukung dengan teknologi informasi yang semakin maju – media sosial yang semakin beragam serta jangkauannya yang lebih luas semakin menjadikan *hallyu* berada pada puncak kejayaan budaya populer (Putri et al., 2019).

Salah satu tanda yang paling nyata dari menduniannya budaya pop Korea adalah kehadiran para *idol* yang bukan berasal dari Korea Selatan. Dalam lingkup negara-negara di Asia Timur saja, ada lebih dari 10 *idol K-pop* yang terkenal. Tiga anggota *girl group* Twice yaitu Mina, Sana, dan Momo merupakan warga asli negara Jepang. Yuqi dan Shuhua (G)I-dle, Jun dan The8 Seventeen, Chenle dan Renjun NCT Dream memiliki kebangsaan China. Lisa Blackpink, Ten WayV, Bambam GOT7, Hanni New Jeans merupakan idola *K-Pop* yang berasal dari negara-negara Asia Tenggara. Mark Lee NCT, Joshua Seventeen, Jake Enhypen merupakan segelintir dari idol yang memiliki kewarganegaraan Amerika. Masih banyak sekali idola yang berasal dari negara-negara lainnya (Anindhita, 2023; Efendi, 2021; Tisya, 2020).

Agensi-agensi raksasa *K-pop* seperti SM, YG, JYP, dan juga HYBE berlomba-lomba untuk melakukan audisi global yang dilakukan di berbagai belahan dunia untuk menarik talenta-talenta muda untuk menjadi anak asuh mereka, baik untuk debut di Korea maupun debut global. Beberapa grup

buatan agensi Korea yang bekerjasama dengan agensi lokal negara lain diantaranya yaitu Boy Story, *boy group* China besutan JYP dan Tencent Music, Katseye, *girl group* global asal HYBE yang bekerjasama dengan Geffen Records. Kedua grup tersebut selain diberikan panggung di China dan global, mereka juga diberikan beberapa *showcase* di Korea Selatan (Kyung-min, 2024; Sung-mi, 2018). Acara-acara survival Korea Selatan seperti Produce 101, Produce48, dan i-Land yang dikhususkan untuk seperti mendebutkan grup idola juga ‘ramah’ bagi para peserta dari luar negeri (Anau, 2022).

Indonesia merupakan salah satu negara dengan *influence K-pop* yang besar. Negara kita bahkan berhasil menyumbangkan talenta-talenta mudanya, untuk menjadi bagian dari industri hiburan Korea, terutama *K-pop*. Diketahui, beberapa nama lokal telah menorehkan sejarah sebagai orang Indonesia yang berhasil debut di Negerinya Para *Idol* tersebut, diantaranya adalah Loudi, mantan anggota *boy group* 14U, orang Indonesia pertama yang debut menjadi *idol* Korea, selanjutnya adalah Dita Karang, anggota *girl group* Secret Number, kemudian Zayyan, anggota *boy group* Xodiac sekaligus orang Indonesia beragama muslim pertama yang berhasil debut di industri musik *K-pop*, dan Kim, yang merupakan mantan peserta The Voice Kids Indonesia 2017 yang berhasil debut bersama dengan *girl group* VVUP pada Maret tahun 2024 (Faitoshi Faisal, 2024). Terbaru, Nyoman Ayu Carmenita atau Carmen yang berhasil menjadi *idol K-pop* asal Indonesia pertama yang debut di bawah naungan SM Entertainment (Mehriban, 2025). Dukungan yang diberikan masyarakat Indonesia kepada mereka juga begitu luar biasa, sehingga *fanbase* mereka di Indonesia juga cukup besar. Kini banyak sekali anak muda Indonesia yang memiliki motivasi besar untuk menjadi *idol K-pop* dengan cara mengikuti audisi global dari agensi-agensi *K-pop*, bahkan mengikuti *survival show* langsung di Korea.

Meraih mimpi sebagai *idol* bukanlah perjuangan yang mudah. Mereka harus mengikuti audisi yang bisa saja diulangi lebih dari hitungan jari, jauh dari rumah dan orang-orang terkasih, dan mengikuti pelatihan yang berat dalam waktu yang lama adalah beberapa pengorbanan yang harus ditempuh untuk

bisa menjadi seorang *idol*. Sudah menjadi rahasia umum bahwa dunia *idol* di Korea merupakan salah satu industri hiburan dengan sistem yang ketat dan berat. Persiapan debut, hingga persaingan antaridola juga begitu ketat, bahkan kehidupan *idol* baru bisa dikatakan stabil ketika mereka masih terus berkarir di tahun ke 5 mereka, maka dari itu jika ada grup *idol* yang dikategorikan tidak sukses, maka kemungkinan besar mereka akan dibubarkan oleh agensi, atau beberapa anggota mereka akan dikirim untuk mengikuti *survival show* pembentukan grup idola baru dengan tujuan untuk menaikkan nama grupnya kembali, atau debut bersama grup baru. “Go Big or Go Home” terasa sangat nyata di industri hiburan Korea terutama di dunia *K-Pop*. Meskipun demikian, hal ini tetap tidak menyurutkan semangat para anak-anak muda dari berbagai penjuru Korea bahkan dunia untuk menjadi *idol* (Delviolita et al., 2022).

Tidak lengkap rasanya jika membahas *hallyu* tanpa tren *fashion* dan *make up*. Beberapa tahun ke belakang, setelah *boomingnya K-pop* para penggemar dari remaja hingga dewasa semakin berlomba untuk mengikuti cara berpakaian dan berdandan ala *idol* Korea. Jika dahulu dominasi *fashion* cenderung berkiblat pada kota-kota mode seperti Milan, Paris, New York, London hingga Tokyo, kini Korea menjadi salah satu negara yang sangat diperhitungkan industri *fashion* dan kosmetiknya. *Fashion* adalah cerminan pribadi seseorang, dan dapat digunakan untuk mengekspresikan diri mereka, juga digunakan untuk meningkatkan rasa percaya. Dalam mode berpakaian, Korea banyak dipilih terutama karena gayanya yang cenderung sederhana dan elegan, dengan padu padan warna-warna cerah yang terkesan lembut, serta motif yang polos dan tidak begitu mencolok. Potongan pakaian yang dikenakan juga memiliki kesan yang lebih tertutup jika dibandingkan dengan *fashion* negara-negara barat. Jenis *fashion* seperti ini tentu sangat menarik bagi kalangan anak muda karena membawakan kesan yang tenang dan ceria di saat yang bersamaan (Wicaksono et al., 2021).

2.2. Loyalitas Penggemar *K-Pop*

TVXQ, Super Junior, SNSD, Wonder Girls, Big Bang, 2ne1, PSY merupakan deretan grup idola *K-pop* yang membawa genre musik tersebut mulai dikenal oleh penggemar di berbagai penjuru dunia, terutama Asia. Disusul dengan generasi ke-3 *K-Pop* seperti EXO, Seventeen, BTS, Red Velvet, Blackpink, NCT yang membuat nama *K-Pop* semakin dikenal lebih luas dan semakin dicintai lagi oleh masyarakat dunia. Ketika penelitian ini ditulis, *K-Pop* sudah memasuki generasi ke-5, dan sudah melahirkan ratusan idola dengan popularitas yang kian mendunia (Pozzi, 2022).

Berkembang pesatnya teknologi informasi, memberikan dampak yang juga luar biasa bagi meledak dan menyebarnya *hallyu*. Memiliki kecintaan yang sama tentu menjadikan para penggemar secara alamiah membentuk komunitas penggemar atau *fandom*. Jaringan komunikasi yang terbangun dengan kuat diantara para *fandom* menjadikan komunitas ini semakin besar setiap harinya (Agnensia, 2019).

Idol K-pop dikenal memiliki servis penggemar yang sangat menyenangkan, baik ketika menyaksikan mereka secara langsung di konser, *fanmeet*, maupun *fansign* hingga berkabar melalui beberapa aplikasi yang dibuat khusus untuk berkomunikasi antara *idol* dengan para *fans*, dengan demikian, para *fans* bisa merasa dekat dengan idolanya. Tidak jarang juga, para penggemar lebih bisa memberikan promosi yang baik melalui sosial media dibandingkan dengan agensi sang artis. Kisah perjuangan para *idol* sebelum debut hingga bagaimana kesulitan yang harus mereka tempuh untuk bisa bertahan jugalah yang kerap menarik simpati penggemar dan menjadikan mereka lebih semangat untuk memberikan cinta dan dukungan kepada idolanya (Perbawani et al., 2021).

Dunia *hallyu* dikenal memiliki penggemar yang begitu militan dan loyal. Sederet *idol* yang *fandomnya* memiliki nama yang besar dan kuat diantaranya adalah BTS dengan nama *fandom* Army, Seventeen dengan *fandom* Carat, EXO dengan *fandom* EXO-L, NCT dengan para NCTzen mereka, Blackpink dengan *fandom* Blink, TWICE dengan *fandom* Once, dan masih banyak *idol*

K-pop lainnya yang memiliki jutaan penggemar yang tersebar di penjuru dunia. Kelompok penggemar secara umum selalu dihantui dengan citra diri yang menyimpang. Perilaku yang berlebihan hingga berdekatan dengan ungkapan kegilaan. Mereka kerap dianggap sebagai individu yang terobsesi dan kerumunan yang histeris (Storey, 1997). Bahkan pada tingkatan yang lebih tidak mengenakan lagi, *fans* selalu diasumsikan sebagai kumpulan orang tidak berguna dan canggung secara sosial yang terbuai akan budaya populer melalui media tertentu, yang dalam perjalanannya menawarkan sebuah kepuasan buatan dan pelarian atas kehidupan menyedihkan yang mereka miliki (Hills, 2002).

Fandom K-pop kerap dilabeli dengan stereotip yang negatif oleh *non-fans*, anggapan bahwa mereka memiliki sikap yang berlebihan, gila, histeris, obsesif, adiktif, dan konsumtif sudah seperti makanan sehari-hari bagi para penggemar *K-pop* (Nursanti, 2013). Loyalitas, kesetiaan hingga militansi penggemar *K-pop* bahkan sudah dikenal oleh masyarakat awam sebagai suatu hal yang menakutkan. Mereka dikenal kerap berperang melawan orang-orang yang tidak suka, menghina bahkan memberikan informasi yang tidak benar mengenai *idol* yang mereka cintai, hal ini disebut dengan *fanwar* (Agnensia, 2019).

Fenomena *fanwar* kerap terjadi pada dunia maya, karena memang pergerakan para penggemar *K-pop* ini banyak dilakukan di sana. Hingga pada beberapa kesempatan juga dijumpai para *non-fans* juga berkomentar kepada para pelaku *fanwar* seperti mengatakan kegiatan yang mereka lakukan sudah seperti para tentara yang sedang membela kedaulatan negara. Tentu tindakan ini muncul karena dilatarbelakangi adanya fanatisme pada kalangan penggemar. Fanatisme yang melekat pada diri penggemar *K-pop* sering kali dianggap sebagai suatu hal yang negatif. Bagi mereka yang tidak menganggap kegiatan *fangirling* atau *fanboying* menyenangkan, mungkin akan menganggap apa yang dilakukan oleh para penggemar *K-pop* ini berlebihan (Rinaldi & Ibadurrahuma, 2020).

Perilaku fanatisme sering kali dikaitkan dengan seluruh kegiatan yang mengarah pada konsumsi terhadap konten-konten *idol*, koleksi album dan *merchandise*, hingga menonton konser, *fanmeeting*, dan *fansign*, keseluruhan hal tersebut bisa menghabiskan biaya yang menguras kantong (Agnensia, 2019). Lebih dari itu, bagi para penggemar *K-pop* kata fanatisme mungkin tidak pernah masuk dalam benak mereka, sebab apa yang mereka lakukan didasarkan pada hal yang dianggap menyenangkan, sekaligus sebagai bentuk dukungan kepada sang idola. Dari pada melabeli hal tersebut sebagai fanatisme, mereka menganggap kegiatan tersebut sebagai bentuk loyalitas dan kesetiaan. Kepuasan adalah motif yang paling kuat untuk mendasari seluruh perilaku penggemar *K-pop*. Perasaan cinta yang mereka rasakan kepada *idol*nya, berhasil menghapuskan rasa kesia-siaan terhadap waktu serta biaya yang mereka keluarkan. Para penggemar ini bahkan kerap mengabaikan pandangan lingkungan sosial terhadap diri mereka (Nursanti, 2013).

Para penggemar *K-pop* juga dikenal akan kesetiaan mereka terhadap *idol* yang mereka ikuti. Para penggemar yang biasanya berkumpul dalam satu *fandom* umumnya terhubung melalui kanal-kanal media sosial yang mereka miliki. Para *fangirl* dan *fanboy* ini bisa ditemukan pada akun pribadi atau akun-akun bersifat anonim yang dikhususkan sebagai wadah untuk merayakan hal apapun yang berkaitan dengan *idol* mereka. Seluruh gerakan mengenai *streaming*, *voting* hingga penyebaran berita terkini tentang *idol* biasanya digerakkan oleh akun-akun *fanbase idol-idol K-pop*. Semuanya terorganisasi dengan baik karena umumnya setiap negara memiliki akun *fanbase* masing-masing, namun tetap memiliki tujuan yang sama yaitu memberikan dukungan sepenuhnya kepada idola mereka (Oh, 2023; Perbawani et al., 2021; Rahma & Fauzi, 2023).

Luar biasanya lagi, pada waktu tertentu seperti ketika promosi untuk debut maupun *comeback*, dan ulang tahun sang *idol*, para *fanbase* ini membuka donasi untuk merayakan momentum tersebut. Dana yang berhasil dihimpun biasanya akan digunakan untuk memasang iklan lagu terbaru mereka pada *billboard* di lokasi yang strategis, ini bertujuan agar menggaet para pendengar

dan penggemar baru untuk sang idol. Di samping itu, komunitas penggemar *K-pop* juga kerap mengumpulkan donasi untuk kegiatan amal. Selain untuk kepentingan promosi dan juga peringatan ulang tahun *idol*, komunitas penggemar *K-pop* juga sering berdonasi untuk isu-isu sosial seperti bencana alam, tragedi yang memakan banyak korban, dan lain sebagainya (Perbawani et al., 2021).

Media sosial seperti Instagram, Twitter, dan TikTok sangat populer di kalangan penggemar *K-pop*. Beberapa tahun ke belakang, tren video *dance challenge* sangat populer di kalangan para *K-popers*, mereka mempromosikan lagu-lagu *idol K-pop* dengan melakukan tren tersebut. Bahkan mereka kerap menambahkan gerakan, hingga membuat versi mudah dari koreografi asli, dengan demikian popularitas *idol* yang mereka dukung tentu akan semakin meroket (Oh, 2023).

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki penggemar *K-pop* terbesar di dunia. *K-pop* mempertemukan orang-orang dengan berbagai macam latar belakang dan lapisan masyarakat. Tanpa memandang usia, pendidikan, hingga pekerjaan, mereka semua secara kompak memberikan dukungan yang besar terhadap artis idola mereka. Alasan yang menjadi latar belakang mereka melakukan *fangirling* pun sangat beragam, diantaranya pelarian atas banyaknya tuntutan dalam kehidupan, *K-pop* dipandang sebagai penyelamat bagi mereka. Selain itu, pengembangan diri, serta menciptakan banyak relasi juga menjadi alasan para penggemar kuat memilih *K-pop* sebagai hobi yang menyenangkan untuk dijalani (Perangin-angin, 2022; Rahman Hakim et al., 2021).

Terlepas dari banyak stereotipe negatif yang selama ini membayangi komunitas penggemar *K-pop*, tidak dapat dipungkiri bahwa kegiatan ini memiliki banyak sisi positif. *Fandom* bisa menjadi media yang pas untuk orang-orang bisa berkomunikasi secara aktif dengan sesamanya, serta mengeksplorasi hal yang mereka sukai. Pada industri kreatif, banyak karya tercipta dari tangan-tangan *K-popers* yang menjadikan *idol* mereka sebagai inspirasi utamanya.

*Fanart*², dan *fanfiction*³ adalah dua kegiatan kreatif yang kerap dilakukan para *fans*, dan dibagikan ke berbagai *platform* seperti Instagram, Twitter, Wattpad, Karya Karsa. Kegiatan tersebut kini juga dijadikan ladang penghasilan tambahan hingga utama para penggemar yang memiliki bakat tersebut, misalnya *fanart* yang dicetak dan dijadikan *merchandise* seperti gantungan kunci, stiker, *post card* dan masih banyak lainnya, dengan kisaran harga yang cukup terjangkau serta minat luar biasa dari para *fans* tentu bisa menjadikan ini sebagai sebuah keuntungan. Beberapa karya fiksi penggemar banyak yang sudah dijadikan novel, hingga diangkat menjadi serial layar kaca. Hal ini memberikan gambaran bahwa kegiatan *fangirling* dapat meningkatkan kreativitas dan produktivitas penggemarnya (Perbawani et al., 2021).

Atas nama kreativitas dan totalitas, para *fans* banyak yang melakukan kegiatan *cover* lagu dan tarian yang dibawakan oleh idola mereka. Jauh sebelum video *dance challenge* berdurasi pendek menjadi tren seperti sekarang, *dance cover* sudah banyak sekali dilakukan oleh para penggemar *K-pop*. *Dance cover* merupakan kegiatan menarik kembali koreografi lagu *idol K-pop* oleh seorang atau sekelompok penggemar dengan durasi sepanjang lagu. Dalam *dance cover* gerakan yang ditarikan juga sangat memperhatikan pola dan detail gerakan aslinya, karena setiap *member* dalam grup bisa memiliki gerakan yang berbeda (Oh, 2023).

Salah satu lagu *K-pop* yang menjadi pencetus menjamurnya *dance cover* di Indonesia adalah *Sorry-Sorry* (2009) yang dinyanyikan oleh Super Junior. Komunitas *dance cover* adalah bagian dari pengaruh *hallyu* yang paling mudah dikenali dan sangat umum untuk dijumpai karena banyak acara yang bertemakan *K-pop* kini sudah banyak diselenggarakan, bahkan di pusat perbelanjaan maupun tempat-tempat rekreasi keluarga lainnya, tidak jarang komunitas *dance cover* juga diundang ke acara-acara yang sifatnya lebih

² *Fanart* merupakan karya seni berupa gambar yang dibuat merujuk kepada tokoh atau karakter tertentu yang memang sudah ada sebelumnya – biasanya tokoh idola, karakter pada film, *game*, maupun komik.

³ *Fanfiction* merupakan karya fiksi yang dibuat oleh penggemar menggunakan tokoh idola sebagai pemeran dalam ceritanya.

tertutup sebagai bintang tamu seperti *anniversary* perusahaan atau *gathering* komunitas selain *K-pop* (Lathifah et al., 2023).

Salah satu komunitas *dance cover* yang terkenal di Indonesia adalah Invasion DC, komunitas yang berasal dari Jakarta ini sudah berdiri sejak tahun 2013. Lebih dari 10 tahun berkiprah di dunia *dance cover* Indonesia, tentu sudah banyak sekali prestasi yang telah mereka raih. Salah satu pencapaian terbesar Invasion DC adalah juara 1 kompetisi World Champion Blackpink OOTD pada tahun 2018, kejuaraan tersebut dicetak oleh sub-unit dari Invasion DC yaitu Pink Panda. Tidak berhenti di sana, Pink Panda juga mendapatkan prestasi gemilang dengan menjadi juara 2 pada kompetisi Blackpink Challenge *Kill This Love* pada tahun 2019. Pink Panda bahkan berkesempatan tampil langsung di depan para personil Blackpink pada *fanmeeting*nya di Indonesia pada tahun 2020 silam. Video *cover* lagu *How You Like That* Pink Panda juga pernah menjadi trending di Indonesia dan sudah ditonton sebanyak lebih dari 10 juta kali (Baharuddin, 2020; Dopita, 2020).

Nama besar yang sudah dimiliki Invasion DC, ditambah dengan kepopuleran sub-unit mereka yaitu Pink Panda semakin menjadi pemantik yang kuat bagi anak-anak muda khususnya penggemar *K-pop* di Indonesia untuk menekuni kegiatan *dance cover*. Sebagai langkah awal, mereka biasanya bergabung dalam komunitas. Dewasa ini, banyak sekali komunitas *dance cover* yang eksis, tidak hanya *dance cover* biasa, kini banyak sekali bermunculan *cross cover dance*. Alih-alih hanya menjadi hobi semata, para penggemar juga menjadikan kegiatan ini sebagai wadah bagi perkembangan diri mereka, juga menjadi jalan lain yang mereka buat bukan hanya sebagai pelarian, namun juga sebagai pembuktian diri.

2.3. Grup Cross Cover Dance Pinethic



Gambar 2. 1. Pinethic
(Sumber: Instagram @ofc_pnt)

Pinethic merupakan salah satu komunitas *K-pop dance cover* di Kota Semarang. Memulai debut mereka pada tahun 2018 hanya dengan empat orang anggota, hingga kini *Pinethic* masih menjadi satu-satunya komunitas *K-pop cross cover dance* spesialis *girl group* di Kota Atlas ini. Perjalanan mereka bermula dari keinginan untuk mendapatkan prestasi di bidang *dance cover*. Alasan mereka bergabung sebagian besar karena memiliki minat yang tinggi terhadap koreografi *girl group* dan melihat bahwa ini dapat menjadi pembeda dibandingkan grup *dance cover* lainnya pada saat itu. Kini bahkan Setelah melalui banyak proses bongkar pasang, komunitas ini sekarang sudah memiliki 12 anggota.

Proses perekrutan pada komunitas *Pinethic* pada awalnya adalah dari teman ke teman. Namun, seiring dengan berkembangnya komunitas, kini setiap tahunnya mereka rutin mengadakan *open recruitment* untuk menambah anggotanya. Hal ini dirasa perlu dilakukan karena banyak *project* yang membutuhkan lebih banyak anggota. Selain itu, *Pinethic* juga tetap ingin memayungi orang-orang dengan bakat dan minat yang besar dalam dunia *cross cover dance*.

Proses *recruitment* yang *Pinethic* lakukan sudah seperti serangkaian audisi ala agensi Korea. Para calon anggota yang ingin mendaftar bisa mengisi *form* yang dibagikan *Pinethic* melalui Instagram mereka, selanjutnya mereka

akan diseleksi kembali berdasarkan video *dance* yang mereka kirim. Tidak jarang, tahapan seleksi *dance* dilakukan secara langsung di depan teman-teman komunitas *Pinethic*. Berbagai persyaratan juga mereka tetapkan untuk bisa menjadi anggota komunitas, diantaranya adalah memiliki *basic dance*, mendapatkan ijin dari orang tua karena waktu latihan yang biasanya dilakukan pada malam hari, selanjutnya calon anggota juga tidak keberatan mengeluarkan biaya untuk kebutuhan penampilan, dan syarat yang sangat ditekankan oleh adalah keharusan untuk berlaku profesional.

Pinethic telah bertumbuh menjadi komunitas yang memiliki nama besar dan dianggap senior dalam sektor *K-pop cross cover dance*. Selama hampir 7 tahun berkarya, banyak sekali koreografi *idol* yang telah *Pinethic cover*. Mereka juga sudah melalang buana ke berbagai kompetisi *dance cover*. Beragam trofi juga telah mereka menangkan, juara favorti hingga penampilan terbaik nyaris selalu mereka bawa pulang.

Pinethic kini sudah memiliki banyak penggemar dan penonton setia yang selalu menantikan penampilan mereka. Pada setiap kompetisi dan juga *showcase* yang mereka ikuti, teriakan kencang para penonton akan selalu menjadi suara pengiring di tengah lagu yang sedang diputar. Mereka juga hampir selalu tampil di akhir acara. Hal ini menjelaskan bahwa *Pinethic* memang disimpan untuk membuat para penonton tetap di tempatnya. Kostum dan *make up* yang selalu *on point*, dan sesuai dengan konsep *girl group* yang mereka bawaan tentu akan membuat para penonton kagum. Terutama ekspresi serta gestur tubuh yang mereka buat, centil, seksi, hingga *baddas*⁴, tentu akan membuat riuh penonton semakin ramai. Mendapatkan kesempatan melihat secara langsung penampilan *Pinethic* di atas panggung, dan berhasil mengobrol dengan mereka di belakang layar membuat peneliti merasakan kekaguman yang luar biasa karena perbedaan signifikan yang dialami oleh teman-teman komunitas ini.

⁴ *Baddas* merupakan istilah bagi karakter seseorang yang kuat, berani, percaya diri dan tegas.

Patra (24) merupakan seorang barista di cafe salah satu rumah sakit Islam swasta di Kota Semarang, dan *freelance make up artist* (MUA) untuk acara-acara seperti wisuda dan pendamping pengantin. Patra adalah salah satu dari dua orang *founder Pinethic* yang masih bertahan hingga saat ini. Membangun dan membersamai komunitas selama 7 tahun, dan berhasil melewati segala dinamikanya membuat Patra dipercaya untuk mengemban tanggung jawab sebagai *leader*. Motivasi besar yang dimiliki oleh Patra untuk tetap menjalankan hobi ini adalah prestasi. Patra ingin dirinya dapat terus berprestasi di luar kesehariannya sebagai seorang pekerja. Patra juga beranggapan bahwa kini *dance cover* tidak hanya menjadi sebuah hobi yang menyenangkan, namun juga dapat menjadi sumber penghasilan.

Pertama kali terjun ke dunia *K-pop*, Patra ter-*influence* oleh salah satu teman sekelasnya di bangku SMK yaitu Alam. Ketertarikan yang besar terhadap *K-pop* terutama gerakan tariannya membuat Patra dan Alam bersama dengan dua orang teman mereka membentuk komunitas *Pinethic*. Layaknya *idol K-pop*, mereka juga menjalani masa *trainee* untuk mematangkan persiapan debut mereka. Sepanjang akhir tahun 2017 mereka melakukan latihan yang cukup intens, hingga akhirnya mereka berhasil membuat debut pada 28 Januari 2018. Koreografi yang secara resmi mereka bawaan saat itu adalah *As If Its Your Last* milik *girl group* Blackpink. Lagu ini dipilih karena memiliki gerakan yang *iconic* serta sangat populer di kalangan *fans* hingga *non-fans*.

Patra debut dengan *role* sebagai Lisa, seorang *main dancer* dan *rapper* yang terkenal memiliki karakter panggung yang *badass*. Membawakan karakter yang kuat dan *iconic* bukanlah perkara yang mudah bagi dirinya. Namun bagi *rookie* yang baru saja memulai debutnya, penampilan Patra bisa dikategorikan bernilai baik. Beberapa tahun mendapatkan *role* tersebut, namun setelah kedatangan Wahyu ke dalam *Pinethic*, peran yang kerap Patra mainkan kini berganti menjadi *main vocalist*. Berbeda dengan posisi *dancer* maupun *rapper*, *main vocalist* cenderung memiliki gerakan yang lebih lembut. Meskipun demikian, bagi Patra sendiri *rapper* masih menjadi peran yang menantang dan mengesankan.

Patra mengaku bersama dengan *Pinethic* kehidupannya juga menjadi jauh lebih berwarna. Patra bisa memaksimalkan bakat yang dimilikinya dengan komunitas ini yaitu menjadi seorang *make up artist* (MUA). Awalnya Patra belajar *make up* secara mandiri agar bisa meniru *make up* para *idol girl group* yang mereka *cover*. Namun, hal tersebut justru membuatnya memiliki sumber penghasilan yang baru. Belum lama mengenal *K-pop* dan tidak memiliki kemampuan menari yang mumpuni, tetap tidak menjadi penghalang bagi Patra untuk terus berlatih.

Wahyu (23) merupakan seorang mahasiswa tingkat akhir di salah satu perguruan tinggi swasta di Kota Semarang. Di tengah kesibukannya sebagai pejuang tugas akhir, beliau juga menjalani *freelance* sebagai *dancer*, baik bersama *Pinethic* maupun *project* yang hanya melibatkan dirinya. Bergabung dengan *Pinethic* sejak tahun 2021 menjadikan Wahyu sebagai salah satu anggota senior. Belasan tahun menjadi *fanboy*, menjadikan Wahyu tumbuh dan berkembang bersama dengan *K-pop*. Ketertarikannya terhadap SNSD, membuat dirinya gencar mencari dan melihat musik video mereka di kanal Youtube. Sampai pada akhirnya Wahyu menemukan harta karun berupa video *dance practice* para *idol K-pop*, dan menarik minatnya untuk mengulik dan menarikan kembali tarian-tarian tersebut.

Kelas 4 SD adalah awal mula Wahyu tertarik untuk mulai mencover koreografi *idol*. Namun konsistensinya dalam kegiatan ini ternyata terbawa hingga dirinya dewasa. Bahkan pada waktu-waktu luangnya, Wahyu isi dengan mengulik koreografi *idol*. Semua orang di sekitarnya sudah paham betul, hobinya yang satu ini. Bersekolah di SMK dengan mengambil jurusan listrik, yang didominasi oleh laki-laki, tetap tidak membuat Wahyu malu atau berhenti melakukan *dance cover*.

Peran Wahyu di dalam *Pinethic* tidak kalah penting dari Patra. Meski dirinya bukan *founder* maupun *leader*, namun Wahyu merupakan salah satu “otak” bagi *Pinethic*. Wahyu adalah salah satu anggota yang menciptakan koreografi tambahan, maupun mengedit musik yang digunakan untuk penampilan mereka di atas panggung. Wahyu juga kerap didapuk menjadi

project leader yang bertugas untuk menata posisi serta mengkoordinasikan teman-teman satu unit *project*nya. Saat melihat mereka berlatih secara langsung, peneliti melihat bahwa Wahyu sangat berdedikasi dalam hal tersebut.

Wahyu memiliki perawakan yang tinggi dan tegap, terlihat terlalu macho untuk menarikan koreografi *girl group*. Meski demikian, Wahyu selalu berhasil mengeksekusi koreografi semua konsep *girl group* yang *discover* dengan sangat baik. Wahyu juga sangat mengikuti tren *dance cover K-pop*. Media sosialnya sudah seperti laman *idol* yang unggahannya selalu berisi tarian *K-pop*. *Story* yang diunggahnya melalui Whatsapp dan Instagram sangat menggambarkan kecintaannya terhadap dunia *dance cover*, setiap hari Wahyu selalu mengunggah video dirinya yang sedang menarikan lagu *K-pop*.

Kiki (27) merupakan anggota tertua *Pinethic* yang sudah kebersamaan komunitas ini selama lebih dari tiga tahun. Tidak memiliki ketertarikan dalam dunia *K-pop* ternyata tidak menghentikan Kiki untuk tetap menerima ajakan Patra bergabung dengan *Pinethic* pada tahun 2021 silam. Debutnya di *Pinethic* adalah sebuah ketidaksengajaan karena pada awalnya Kiki hanya menggantikan anggota *Pinethic* yang mengundurkan diri karena harus berkarir di Negeri Sakura. Kecintaan yang besar terhadap dunia *dance*, tidak sudah ada semenjak Kiki duduk di bangku SMA. Belasan tahun sudah Kiki habiskan untuk menekuni seni tari modern, masuk ke dalam komunitas *Pinethic* merupakan jalur yang dia tempuh untuk melebarkan sayapnya dalam dunia tari.

Setiap Senin sampai dengan Sabtu, dari pagi hingga sore hari, Kiki berprofesi sebagai seorang admin pada sebuah toko bangunan yang terletak di tengah Kota Semarang. Pada hari Jum'at sepulang bekerja dari toko bangunan, Kiki akan beranjak menuju ke salah satu ruangan di tempat latihan kebugaran untuk mengajar kelas *dance K-pop*. Tidak berhenti di sana, pada saat-saat tertentu Kiki bisa ditemukan sedang melakukan berbagai pekerjaan lepasnya seperti menjadi model foto, dan juga *dancer* acara perusahaan atau perayaan penting lainnya. Kiki juga tidak pernah absen dari seluruh kegiatan komunitas baik latihan maupun saat *perform*, meski dirinya tidak tampil, Kiki selalu

menyempatkan datang untuk membantu persiapan, dan menonton teman-temannya di *Pinethic*.

Memasuki dunia *cross cover dance* bukan hal yang sulit bagi Kiki. Sejak awal mempelajari *modern dance* hal yang dirinya alami adalah *girl style*. Debut Kiki bersama *Pinethic* yaitu ketika mereka sedang berkompetisi dan membawakan lagu Everglow, dalam penampilan tersebut Kiki dinilai terlalu *bitchy*⁵ untuk posisi *main vocalist*. Saat itu, Kiki menyadari bahwa dirinya masih memiliki pengetahuan yang terbatas mengenai *cross cover dance*, terutama ekspresi dan gestur yang harus dibawakannya, terutama karena dirinya masih terbawa oleh *modern dance* yang selama ini ditekuni. Namun pada *project* berikutnya, masih di tahun yang sama, Kiki bersama dengan Patra, Wahyu, dan Alam berhasil membuktikan kerja keras mereka dengan menjadi juara satu di kompetisi *dance cover*. Kemenangan ini menjadi sangat berkesan karena merupakan kemenangan pertama mereka selama berkarir sejak tahun 2018. Kemenangan tersebut sekaligus menjadi penguat posisi yang cocok untuk Kiki yaitu *dancer* atau *rapper*. Bersama dengan Wahyu dan Patra, Kiki juga merupakan “kepala” dari beberapa variasi gerakan hingga musik yang digunakan untuk penampilan *Pinethic*, terutama untuk keperluan kompetisi. Para anggota yang tergolong junior juga kerap meminta arahan kepada Kiki untuk menentukan *blocking* dan detail gerakan.

Dika (18) bergabung bersama *Pinethic* pada akhir tahun 2022 karena ajakan Wahyu yang merupakan seniornya semasa bersekolah dahulu. Sedari kecil menekuni bidang tari tradisional membuat Dika tidak memerlukan waktu yang lama untuk menerima tawaran tersebut. Dika menilai bahwa *cross cover dance* adalah tantangan yang layak dicoba untuk memperkaya pengalaman dan pengetahuannya dalam seni tari. Sebenarnya, sejak SMP Dika juga sudah cukup akrab dengan dunia *dance cover*. Dika bahkan menjadikan Lisa Blackpink sebagai *role model*nya. Namun pada saat itu, Dika menganggap bahwa dirinya hanya melakukan *cover dance* secara asal-asalan. Frekuensi dan

⁵ *Bitchy* merupakan salah satu istilah penyebutan untuk ekspresi wajah tidak ramah, dan galak

keseriusan Dika dalam mempelajari *cover dance* meningkat setelah dirinya masuk SMK dan bergabung dengan kelompok ekstrakurikuler *dance* di sekolahnya. Keseriusan menekuni *cross cover dance* semakin dirinya perdalam ketika bergabung bersama *Pinethic*.

Kendala yang Dika alami pada awal terjun ke dunia *cross cover dance* adalah mengendalikan *power*. Sebagai pengingat, panutan Dika adalah Lalisa Manoban yang memiliki gerakan dan ekspresi yang kuat, sehingga ketika dirinya harus menjadi *idol* lain, Dika harus berusaha kuat untuk membatasi *powernya*, sedangkan jika terlalu menahan dirinya cenderung akan beralih ke mode tari tradisional. Kini, setelah Dika mulai bisa mengendalikan gerakannya, dirinya kerap dipilih menjadi *idol* yang memiliki karakter yang cenderung lebih lembut dan *girly*.

Dika merupakan salah satu anggota *Pinethic* yang aktif mengikuti berbagai macam *project* komunitas. Selain menghabiskan waktunya bersama *Pinethic* untuk latihan, Dika juga memiliki pekerjaan lepas sebagai seorang pelatih tari tradisional di beberapa sekolah tingkat SD, SMP dan juga SMA, umumnya untuk kegiatan ekstrakurikuler atau kepentingan pelajaran seni yang mengharuskan para muridnya untuk mencari pelatih sendiri. Selain mengajar untuk keperluan sekolah, Dika juga membuka rumahnya untuk orang-orang yang ingin belajar tari tradisional. Dirinya menyebut rumahnya sebagai sanggar tari kecil-kecilan. Tidak perlu datang berbondong-bondong secara berkelompok, mengajari satu orang pun akan tetap Dika lakukan dengan senang hati.

Freelance dan hobinya yang masih berputar di bidang yang sama membuat Dika sebisa mungkin mencari pekerjaan tetap yang masih berada di Kota Semarang, maupun di daerah tempat tinggalnya yaitu Kabupaten Demak. Dika merasa bahwa baik tari tradisional maupun *cover dance K-pop* tidak boleh dilepaskan, dan harus bisa berjalan beriringan karena dua hal tersebutlah yang membawa Dika pada dirinya yang sekarang. Bahkan, ditengah kesulitan mendapatkan pekerjaan, hobinya ini justru dapat menghasilkan uang.

Apit (17) merupakan salah satu anggota *Pinethic* yang bergabung sejak akhir tahun 2023, sejak dirinya duduk di bangku akhir SMK hingga lulus dan menjadi *jobseeker*. Bergabung atas ajakan Dika yang merupakan teman satu angkatan dan sesama anggota ekstrakurikuler *dance* saat SMK. Sudah selayaknya sistem *upgrade*, Apit yang awalnya membantu *Pinethic* sebagai *back dancer* saat *project* lagu *Lion* milik (G)I-dle, diberikan tawaran untuk bisa menjadi anggota dan bergabung secara resmi ke komunitas *Pinethic*.

Ketertarikan Apit pada *K-pop* dipengaruhi oleh sang kakak perempuan yang setiap hari mendengarkan berbagai lagu *K-pop* milik Super Junior, EXO hingga Blackpink. Keinginan Apit untuk menarikan koreografi lagu-lagu *K-pop* muncul setelah salah satu teman sekolahnya saat SMP mengajak untuk menarikan lagu *Bang Bang Bang* milik Big Bang. Akan tetapi ketertarikan tersebut baru direalisasikan ketika dirinya memasuki tahun terakhirnya di SMK.

Apit debut dengan membawakan lagu Itzy yang berjudul *Born To Be* dalam sub-unit duo bersama dengan Wahyu. Penampilan pertamanya bahkan dilakukan saat kompetisi *dance cover* di Kota Jogja. Pengalaman itu berhasil menjadi ingatan tidak terlupakan bagi Apit, karena meskipun tidak membawa pulang predikat juara, akan tetapi euforia dan *keriwehan* yang dijalani bersama dengan teman-teman *Pinethic* saat mereka tampil di luar kota menjadi kenangan baru yang menyenangkan bagi Apit. Kini dirinya sudah menjadi anggota yang wara-wiri di berbagai *project Pinethic*. Para penggemar *K-pop* yang kerap menonton mereka bahkan sudah sangat hafal dengan Apit karena banyaknya *project* yang diikuti.

Axel (15) merupakan anggota termuda *Pinethic*. Dirinya masih duduk di bangku kelas 11 salah satu SMA swasta di Kota Semarang. Kesehariannya sebagai pelajar banyak diwarnai dengan menari, karena Axel juga bergabung ke dalam ekstrakurikuler *modern dance* di sekolahnya. Dirinya juga suka latihan secara mandiri untuk menarikan koreografi lagu-lagu *K-pop*. Ketika wawancara ini dilakukan, Axel bahkan belum resmi debut bersama *Pinethic*, ia masih menjalani masa pelatihan untuk persiapan debutnya.

Bergabung dengan *Pinethic* atas rekomendasi dan ajakan dari Kiki yang merupakan teman dekat sang kakak, tidak lantas membuat Axel diistimewakan. Tahapan audisi tetap harus dilalui olehnya, dan dirinya melakukan seleksi *dance* secara langsung di hadapan teman-teman *Pinethic*. Meski dirinya salah memilih koreografi, namun Axel tetap berusaha untuk percaya diri, dan akhirnya berhasil lolos karena gerakan *dance* yang ditampilkannya dinilai bagus. Axel yang sudah memiliki kemampuan *dance hip-hop* tentu mengalami sedikit kesulitan ketika harus menarikan koreografi *girl group*, namun, dirinya memiliki keinginan dan tekad untuk terus berlatih dan belajar. Bantuan dari Kiki dan teman-teman lainnya di *Pinethic* juga membuatnya lebih nyaman dalam menerima ilmu baru.

