

Internalisasi akhlak sebagai solusi atas penyimpangan generasi Kpopers dalam perspektif al-Qur'an

Safira Ramadhani Pertiwi

Program Studi Ilmu Al-Quran dan Tafsir, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
e-mail: safira.rp.13@gmail.com

Kata Kunci:

fanatisme; hedonisme;
akhlak; kpop;
penyimpangan

Keywords:

fanaticism; hedonism;
morals; kpop; deviation

ABSTRAK

Penyebaran budaya pop Korea di Indonesia menjadi permasalahan serius. K-pop sendiri merupakan salah satu sosok yang digandrungi masyarakat Indonesia. Tanpa memandang usia, dari anak-anak hingga orang dewasa pun menjadi penggemar para entertainer Korea, khususnya di Korea. Minimnya penyaringan terhadap budaya asing yang masuk mengakibatkan terjadinya penyimpangan yang parah dalam masyarakat Indonesia. Dari fanatisme, hedonisme, hingga konsumerisme, inilah pola makan sehari-hari para artis K-pop. Moralitas masyarakat Korea telah menyimpang dari nilai-nilai agama, khususnya Islam, agama utama di Indonesia. Orang-orang K-pop bertindak lebih mementingkan keinginan mereka daripada kebutuhan berlebih mereka atau orang Israel tanpa melihat pentingnya manfaat dari barang-barang tersebut.

ABSTRACT

The rise of k-pop culture in Indonesia is a significant problem. K-pop is one of the artist idolized by the Indonesian People. Regardless of age, from children to adults become a fan of Korean artist. The lack of filtering of the incoming culture has led to the rise of deviation in society. From fanaticism, hedonism, to consumptiveness become the daily food of k-poppers. The k-poppers morals have become something that deviates from religious values, especially Islam, which is the majority religion in Indonesia. The behaviour of k-poppers is more concerned with wants than needs which are very excessivw or israf without seeing whether or not the benefits of the item are important.

Pendahuluan

Disadari atau tidak, pasti ada sosok umat manusia yang patut dikagumi. Berapapun usianya, baik itu anak-anak, remaja, atau dewasa, setiap orang pasti memiliki seseorang yang bisa dikagumi. Bahkan manusia sendiri terkadang mengoleksi segala sesuatu yang disukai atau berhubungan dengan idolanya. Di era globalisasi, banyak budaya asing yang masuk ke Indonesia dengan minim penyaringan baik dan buruk. Musik pop Korea atau K-pop merupakan budaya yang sudah mendunia dari Indonesia. Seorang penggemar atau penikmat K-Pop yang dikenal khalayak sebagai artis K-Pop. Tak hanya non-Muslim, sebagian besar komunitas Muslim pun memuja tokoh K-pop. Umat Islam yang seharusnya fanatik terhadap Islam kini menjadi fanatik terhadap K-pop.

Remaja, anak-anak hingga orang dewasa rela mengeluarkan uang hanya untuk menyediakan merchandise dan menonton konser yang digelar. Sikap dan gaya berpakaian mereka mulai melenceng. Perilaku konsumen, hedonisme, dan konsumsi



This is an open access article under the [CC BY-NC-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/) license.

Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

sudah menjadi hal yang lumrah bagi Hallyu. Gelombang Korean Wave sendiri sudah menjadi konsumsi sehari-hari masyarakat Indonesia. K-pop sendiri merupakan budaya Korea yang sangat populer, antara lain BTS, EXO, Blackpink, Redvelved, TWICE, NCT Dream, dll. Bocah Korea ini memiliki identitas musik yang unik dan menghadirkan kesenangan tersendiri bagi para penggemarnya. Tren Hallyu semakin merajalela, hingga muncullah berbagai produk seperti glow stick, photo card, bahkan BTS food dan photo card. (Safitri, 2020) Brand mie instan tersebut juga berkolaborasi dengan musik K-pop NCT yang menuai banyak kontroversi. Sebuah merek biskuit berisi krim yang bekerja sama dengan girl grup bernama Blackpink memicu rentenir (Oktavia, Novi Tri, 2007).

Artis K-pop mulai berdatangan ke Indonesia untuk menggelar konser guna memuaskan penggemarnya. Meski konser berlangsung pada malam hari, para penggemar K-pop datang ke sana pada siang hari. Dan terlihat mayoritas muslimah lalai menunaikan salat untuk mengikuti acara tersebut hingga selesai. Para kpopers sendiri juga telah membuat komunitas besar yaitu Asian Fan Cub (AFC). Banyak komunitas berbeda yang muncul dan memberikan pengaruh besar bagi masyarakat, khususnya umat Islam (Hilaliyah & Hendrastomo, 2021). Pencarian identitas memudahkan remaja untuk meniru dan menemukan identitas pribadi yang sesuai dengan apa yang remaja lihat, bahkan sampai pada ketertarikan dan ke dalam pemikiran serta perilaku. Mempelajari kebudayaan lain bahkan mempelajarinya sangat dianjurkan asalkan tidak menyimpang dari Sunnah dan Al-Quran. Perlunya menyaring atau menyaring budaya-budaya luar yang ingin menembus jaringan sosial masyarakat, agar apa yang dilihat tidak terkesan menyimpang dari perilaku (Nurwahidah, 2020).

Mengikuti atau menemukan kajian-kajian dakwah Islam dan tafsir ayat-ayat Al-Quran khususnya mengenai fanatisme merupakan hal yang penting bagi generasi muda saat ini. Sosialisasi mengenai perilaku fanatik kpop juga perlu dilakukan. Mulai dari mendidik orang tua di rumah, melalui penanaman nilai-nilai moral yang maju di sekolah hingga menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari. Kebangkitan kpop menawarkan visi yang berbeda dibandingkan yang ditawarkan Indonesia selama ini. K-pop muncul di seluruh dunia melalui media, internet, dan televisi. Tidak bisa dipungkiri, banyak sekali penikmat kpop. Hal ini membuatnya kurang mencerminkan bangsa Indonesia yang mayoritas masyarakatnya beragama Islam. Kegilaan terhadap Korea sendiri jelas menimbulkan bahaya bagi umat Islam. Sebab budaya Korea sendiri selain mencemari tradisi budaya yang dianggap sopan di Indonesia, juga mengikis prinsip moral dan merusak prinsip agama (Anisa Agustanti, 2022).

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan sistematis. Jenis pendekatan yang digunakan adalah evaluasi isi dari artikel jurnal melibatkan analisis mendalam terhadap struktur, temuan dan kesimpulan yang disajikan dalam sumber yang diulas mengenai internalisasi akidah akhlak para remaja dan maraknya budaya negara Korea dalam perspektif Al-Qur'an.

Pembahasan

Pengertian Akhlak

Akhlak atau akhlaq adalah bentuk jamak dari asal kata Arab khuluq yang artinya budi pekerti, perilaku atau budi pekerti. Ibnu Athir menjelaskan bahwa khuluq artinya adalah penggambaran sejati ruh manusia, sedangkan khalq adalah gambaran wujud fisik manusia. Kata khulq merupakan bentuk tunggal akhlak yang disebutkan dalam ayat 4 surat Al-Qalam yaitu Nabi Muhammad SAW mempunyai akhlak yang lebih tinggi. Oleh karena itu, etika dapat diartikan sebagai suatu bentuk etika yang mendeskripsikan tujuan-tujuan yang harus dicapai oleh agama (Azty et al., 2018). Pendidikan akhlak juga penting dalam berbagai kalangan. Dengan melakukan emeliharaan akhlak secara intensif disertai dengan kecerdasan berfikir akan melatih pola pikir untuk berakhlak yang baik (Barizi et al., 2022).

Dalam QS Al-Qalam: 4, dalam tafsir Ibnu Katsir, dalam kitab sahih dijelaskan bahwa Sa'id bin Hisyam menanyakan sesuatu kepada Aisyah Ra. Tentang akhlak Nabi SAW dan jawabannya akhlak Rasulullah SAW yaitu Al-Quran. Artinya, Alquran menegaskan agar manusia melakukan apa yang diperintah dan tidak melakukan larangan dalam Alquran (Hadi Yasin, 2019).

Fanatisme, Hedonisme, Konsumtif

Fanatisme

Fanatisme dari kata fanatik dapat berarti sebuah sikap pribadi yang jika dilakukan atau menyukai sesuatu maka akan serius, dan isme berarti sebagai kepercayaan atau keyakinan terhadap sesuatu. Fanatisme dapat dipahami sebagai perilaku antusias dan *excited* manusia dalam mencintai dan melakukan sebuah tindakan dengan cara yang disukainya secara tidak wajar. Fanatisme, fanatik, dan membesar-besarkan suatu kepercayaan atau suatu persoalan adalah kejahatan bila melampaui batas yang dinyatakan. HR. Ibnu Majah Kitab Fitnah, bab Fanatisme, No 3939 tidak membenarkan pandangan bahwa kaum fanatik termasuk golongan ta'ashub (Nasution, 2021). *Ta'ashub* merupakan tindakan atau perilaku mengikuti, meniru orang lain tanpa mengetahui baik buruknya dan selalu membuat alasan meskipun kapanpun ada alasan untuk membenarkan bahwa apa yang dilakukannya salah.

Intoleransi beragama dapat merugikan dan merusak solidaritas masyarakat, karena manusia beriman harus membangun toleransi yang baik dalam kelompoknya sendiri ataupun di antara penganut agama lain. Hanya fanatisme yang bisa merusak dan menciptakan kesatuan ini. Fanatisme terdapat dua hal, yaitu fanatisme benda atau benda orang dan fanatisme terhadap perilaku berdasarkan nafsu sendiri, yang diwujudkan dalam perubahan perilaku meniru suatu hal baru (Suhartawan, 2021).

Hedonisme

Hedon berasal dari kata Yunani yang berarti kegembiraan dan juga mencakup akar kata anhedonia, merupakan suatu kondisi psikologis yang ditandai dengan ketidakmampuan untuk menggali kesenangan dalam kegiatan yang bias jadi mendatangkan kesenangan (Andina, 2019).

Perilaku hidup hedonis adalah perilaku hidup yang menuju kepada aktivitasnya pada pencarian kebahagiaan hidup hingga jenis perilaku yang terwujud dalam perilaku hedonis adalah seringnya lebih banyak membuang waktu di luar rumah dengan teman, mencari kesenangan, berpenampilan mewah, hal-hal yang tidak berguna maupun tidak perlu, pembelian dan keinginan untuk menjadi pusat perhatian khalayak umum.

Hedonisme *lifestyle* merupakan tatanan hidup yang digunakan sebagai kesenangan sebagai tujuan hidup misalnya, lebih senang menghabiskan waktu luang ketika keluar rumah daripada di rumah, membeli barang mahal hanya untuk bersenang-senang (Misbahuddin & Prajawati, 2023).

Oleh karena itu bisa diambil kesimpulan bahwa gaya hidup hedonisme merupakan sikap individu yang mengutamakan kebahagiaan dan kenikmaan menjadi hal utama hidup dengan menghabiskan waktu, uang, minat, juga pendapat (Handayani, 2020).

Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif yaitu tindakan konsumen menggunakan, membeli, juga mengonsumsi jasa maupun barang secara berlebihan, tidak wajar, dan boros. Konsumtif hanya mengutamakan manfaat maupun kebutuhan suatu jasa maupun barang dengan tidak memperhatikan manfaat dan kegunaannya. Tindakan ini biasanya diterapkan untuk memenuhi nafsu pribadi (Lestarina et al., 2017).

Tingkah laku konsumtif, khususnya tindakan penggunaan jasa dan barang, lebih mementingkan keinginan, bukan kebutuhan, dan berkeinginan berlebihan, guna meningkatkan gengsi (Ulya et al., 2021).

Tindakan konsumtif terlahir karena perbuatan tersebut telah jadi sebuah kelaziman sehari-hari. Terlihat bahwa, jika salah satu produk dibuat secara massal sehingga memerlukan basis konsumen yang meluas, maka media sosial mempunyai kedudukan strategis dalam membangun perbuatan konsumsi konsumen (Lestarina et al., 2017).

Budaya K-Pop dan Realitasnya di Indonesia

Musik pop Korea adalah genre lagu Korea yang mana terkenal dengan sebutan K-Pop. Musik pop Korea diungguli oleh ritme musik terkini yang komposisi musiknya dalam bentuk berdasarkan ritme R&B (Rhythm & Blues) juga musik pop kontemporer yang diputuskan oleh pemusik barat dan pemusik trot Korea (Safitri, 2020).

K-Pop adalah salah satu genre lagu Korea yang populer. Juga yang paling mengglobal adalah berasal dari Korea. Tema lagu K-pop yaitu r&b, pop, music korea, dance pop, hip-hop, dan new jack swing. Lagu-lagu K-pop bercirikan tempo yang upbeat, cepat, dan diikuti gerakan dance yang terbaru. Selain itu, member grup K-pop semuanya merupakan warga Korea dengan ketampanan, fashion, dan penampilan yang bagus (Safitri, 2020).

Musik pop Korea atau kadang disebut dengan Korean wave merupakan sebuah sebutan yang mengacu pada globalisasi Korea keberbagai negara di dunia termasuk Indonesia. Karya budaya Korea, khususnya budaya Korea selatan, jelas semakin populer di berbagai Negara di dunia. Produk budaya maupun barang berasal dari film, drama,

musik, gaya hidup, fashion, dll. Diseminasi k-pop tersebut terikat dari jejaring sosial datang dari Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, dan lainnya yang bisa diakses oleh masyarakat di dunia. Juga bisa diucapkan bahwa jejaring sosial merupakan media utama untuk menyebarkan budaya/kebiasaan Korea selatan ke dunia (Aisyah, 2021).

Di Indonesia, maraknya dampak globalisasi budaya Korean pop telah mendominasi sebagian besar wilayah di Indonesia. Bias jadi hanya daerah terpencil, dengan internet atau peralatan elektronik yang sangat minim, sehingga kesulitan menjangkau masyarakat yang tidak paham budaya asing. Maraknya K-pop sudah menjadi rutinitas sehari-hari masyarakat Indonesia untuk ditonton. K-pop sendiri mempunyai berbagai grup band antara lain EXO, BTS, Redvelved, Blackpink, , NCT Dream, Twice dan masih banyak lagi.

Banyak sekali penggemar K-Pop yang muncul di berbagai wilayah di Indonesia, dan berlimpah pula penggemar yang membuat organisasi menyerupai fan club. Asian Fan Club (AFC) merupakan salah satu contoh fan klub paling *famous* dan terbesar (Hilaliyah & Hendrastomo, 2021). Di antara sekian banyak idol Korea, ARMY memiliki fandom terbesar. ARMY (Adorable Respresentatie MC for Youth) adalah nama grup fans Boy Gruop BTS. Penggemarnya tidak hanya berasal dari Korea dan Indonesia, tetapi juga berasal dari seluruh dunia, kurang lebih 18 juta fans. Suatu ketika ketika makanan BTS keluar, banyak penggemar BTS atau disebut ARMY yang rela berbaris di restoran terkenal hanya untuk mengantri makanan BTS. Photocard yang direkomendasikan akan mendorong ARMY untuk membelinya. Terlepas dari biaya atau waktu yang terbuang, sebagian besar penggemar mempunyai karakteristik konsumtif maupun hedonisme terhadap idolanya. Hal ini disebabkan kurangnya pemilahan terhadap budaya asing yang masuk di Indonesia.

Tidak hanya BTS, contoh lainnya adalah boy group NCT pun juga digunakan sebagai salah satu brand mie instan di Indonesia untuk beriklan. Merek tersebut juga menyertakan kartu foto NCT di setiap paket jika beruntung. Namun tidak hanya manfaatnya saja yang didapatkan, namun juga dampak negatifnya. Misalnya ketika fans kpop membeli produk mie instan tersebut. Namun karena terlalu heboh, para penggemar ini dengan berani merobek bungkus plastik mie instan tersebut dan hanya mengambil photocardnya saja namun tidak mau membeli produknya. Dan ini merupakan hal merugikan bagi orang yang menjualnya.

Contoh lainnya adalah girl grup populer Blackpink. Perusahaan manajemen Blackpink berkolaborasi meluncurkan produk kue berlapis krim. Dengan menunjukkan photo card yang ada di luar bungkus produk tersebut. Popularitas artis K-pop ini membuat banyak penggemarnya mencari produk/mereknya. Dampak dari maraknya produk ini menyebabkan beberapa individu atau pengguna internet menjual produk berbasis cookie tersebut dengan harga selangit atau tidak masuk akal. Dari tarif normal mulai dari Rp 16.000,- menjadi Rp 16.000, keatas hingga Rp 700.000.

Konser yang digelar seleb K-pop di Indonesia pun banyak diminati masyarakat untuk membeli tiket konser tersebut. Beribu-ribu tiket terjual di hari pertama. Konser berlangsung pada malam hari, para fans mulai berbondong-bondong datang ke tempat pada siang hari. Tak hanya non-Muslim, namun juga umat muslim dan muslimah turut

hadir dalam konser tersebut. Dan pastinya apabila orang memiliki rasa bahagia berlebihan, maka ia akan lupa dalam menjalankan kewajibannya sebagai orang islam. Muslim juga muslimah pun lalai menunaikan shalat wajib tepat pada waktunya (Safitri, 2020). Minimnya sosialisasi tentang dampak baik dan buruk masuknya budaya asing ke Indonesia menjadikan masyarakat terinspirasi untuk menggunakan kebebasannya.

Dampak Maraknya Budaya K-Pop dalam Perspektif Al-Quran

Mulai dari K-pop tersebut, hingga lagu, gaya hidup, dan apapun yang berhubungan dengan Korea, itu adalah perbincangan menarik bagi masyarakat. Tak bisa dipungkiri, mayoritas anak-anak, remaja, hingga orang dewasa tergoda untuk jadi penggemar K-pop. Dan yang pasti dampak negatif yang ditimbulkan juga banyak tersebar. K-pop ers dibutakan oleh orang-orang yang mereka idolakan. Jadi walaupun salah, kpopers tidak peduli asalkan bisa mengidolakan tokoh korea yang mereka sukai. Pencarian jati diri remaja memudahkan remaja untuk meniru apa yang disukainya dari apa yang dilihatnya, bahkan hingga memandangnya dan masuk ke dalam pikiran dan perilakunya (Nurwahidah, 2020).

Fanatisme

يَبْنَىْ اَدَمَ خُدُوَا زَيْنَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا ۚ اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ

Dalam QS. Al-A'raf ayat 31 sendiri Dijelaskan bahwa Allah tidak menyukai israf yang berlebihan pula. Hal ini menggambarkan bahwa Tuhan mencela seseorang karena melakukan sesuatu atau bertindak di luar kewajaran (Novita, 2015).

Fanatisme itu juga menggambarkan sifat fandom yang sebenarnya. Seperti suatu hal yang berlebihan dengan tidak memikirkankan baik maupun buruknya. Seperti kpop, banyak yang mencintai kpop dengan cara yang tidak masuk akal. Rela berbelanja barang-barang mahal, photo card dan segala sesuatu mengenai artis yang disukainya. Fans bahkan tak segan-segan murka apabila idolanya itu dibenci. Mengikuti pola hidup para idola kpop, busana mulai menyimpang dari mengikuti model kpop dan lebih memilih menguasai bahasa Korea daripada bahasa Arab, yang mana bahasa Arab adalah bahasa Al-Quran.

Konsumtif

تَبَذِّرًا ۖ وَاتِّ دَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِيْنَ وَابْنَ السَّبِيْلِ وَلَا تُبَذِّرْ

Dari QS Al-Isra ayat 26 bahwa janganlah kita membiarkan diri kita disia-siakan tanpa memperdulikan kekayaan kita, marilah kita berdayakan para penerima manfaat, juga masyarakat miskin maupun para musafir. Kata tabdzir dalam ayat ini juga berarti sebagai pengeluaran harta melebihi kebutuhan yang halal. menurut ibnu Mas'ud dan Ibn Abbas (Rarawahyuni, 2022).

Dalam hal ini kpopers mempunyai karakter tabdzir. Dapatkan kemewahan dengan membeli aset yang berhubungan dengan idola kpop favorit pribadi masing-masing. Terlepas dari harga, urgensi atau hal yang dibutuhkan. K-pop lebih mengutamakan apa yang mereka inginkan daripada suatu hal yang mereka butuhkan. Mereka seolah melupakan fakta bahwa masih banyak orang yang bekerja keras, meski kekurangan pangan.

Hedonisme

عَلِّمُوا أَنَّمَا الْحَيَاةُ الدُّنْيَا لَعِبٌ وَلَهُمْ زِينَةٌ وَتَفَاخُرٌ بَيْنَكُمْ وَتَكَاثُرٌ فِي الْأَمْوَالِ وَالْأَوْلَادِ كَمَثَلِ غَيْثٍ آتَيْتِ الْكُفَّارَ نَبَاتُهُ ثُمَّ يَهِيجُ فَتَرَاهُ مُصْفَرًّا ثُمَّ يَكُونُ حُطَمًا وَفِي الْآخِرَةِ عَذَابٌ شَدِيدٌ وَمَعْفَرَةٌ مِنَ اللَّهِ وَرِضْوَانٌ وَمَا الْحَيَاةُ الدُّنْيَا إِلَّا مَتَاعُ الْغُرُورِ

Dalam surat Al-Hadid ayat 20 mengandung makna bahwa Kenikmatan hidup di dunia hanya sekilas atau hanya sementara saja, sedangkan kenikmatan di akhirat bersifat kekal. Kehidupan fana hanyalah kebahagiaan palsu.

Seperti definisi sebelumnya, kpopers juga mengandung esensi hedonisme. Dimana fans kpop selalu ingin bersenang-senang dengan fans kpop lain yang merupakan k-pop idol. Terlepas dari uang, waktu, aktivitas, dll, mencari kabar tentang idolanya menunjukkan bahwa mereka telah mencapai kebahagiaannya sendiri. Fans begitu tenggelam dalam dunianya sendiri sehingga sesekali mengabaikan kewajibannya sebagai Muslim terhadap Muslim.

Internalisasi Akhlak Bagi K-popers

Agama Islam sangat mengamati keyakinan dan etika umat Islam kedalam suatu pendidikan. Di dalam Al-Quran sudah disebutkan bahwa Nabi memberi teladan di dalam berkehidupan sehari-hari. Semisal dalam surat Al-Ahzab ayat 21 menerangkan bahwa Rasulullah adalah suri tauladan bagi seluruh umat muslim. Dan hanya Nabi lah yang layak menjadi teladan.

Sedangkan direalitas budaya k-pop, para kpop sendiri mempunyai karakter dan perilaku yang bertentangan dengan akidah dan akhlak yang dicontohkan oleh Rasulullah. Dari berbagai permasalahan atau dampak yang terekspos oleh kpopers sendiri dapat diambil solusinya, diantaranya:

Perlunya Penyaringan Budaya Luar Yang Hendak Masuk ke Dalam Negeri

Hal ini penting karena budaya eksternal sudah mulai menguasai dan mengubah budaya internal. Bahkan anak-anak pun tahu siapa itu K-pop jika orangtuanya tidak melarang mereka menggunakan media sosial. juga pengaruh budaya luar yang tidak layak dijadikan teladan dan membuat masyarakat tidak mencerminkan bangsa Indonesia yang kebanyakan menganut agama Islam (Arfina et al., 2022). Jadi, budaya asing tidak akan mengancam eksistensi budaya lokal yang mulai tergerus. Menyaring budaya juga merupakan hal yang terkadang dapat memberikan kesan yang baik dan dapat diimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari (Arfina dkk., 2022).

Internalisasi Akidah dan Akhlak Terhadap Remaja

Internalisasi nilai-nilai agama Islam terutama Akidah juga akhlak para remaja dibutuhkan Kerjasama antar orang tua, pribadi, guru, maupun masyarakat di lingkungan sekitar.

a. Orang tua

Orang tua berulankali menjadi peran mendesak dalam menekunkan kepribadian anak-anaknya. Pengawasan orang tua diperlukan, dan anak-anak mereka harus diajari cara menggunakan media sosial dengan bijak. Wajar jika orang tua membujuk anaknya berbicara tentang idola favoritnya, namun harus hati-hati juga karena hal tersebut hanya

sebatas tujuan memotivasi, bukan fanatis. Diharapkan pula para orang tua dapat menceritakan kisah tokoh muslim yang patut dijadikan idola atau panutan (Ulya et al., 2021).

b. Guru

Dalam mengajarkan prinsip-prinsip etika di sekolah, tugas guru sangatlah penting. Mulailah dengan mengoptimalkan pembelajaran, seperti rencana belajar, kegiatan belajar dan mengajar, dan kebiasaan hingga internalisasi belajar. Memberikan pengetahuan tentang akhlak, sosial budaya dan pribadi-pribadi Islam yang patut dijadikan panutan dan teladan. Program ini dapat ditunjang dengan pengembangan minat dan bakat atau yang biasa disebut dengan kegiatan ekstrakurikuler. Ekstrakurikuler ini merupakan wadah untuk menginternalisasikan keimanan dan nilai moral siswa (Bustanul Ulum Pesanggrahan Batu & Gozali, 2019).

c. Masyarakat

Berbicara tentang Korean pop juga perlu bersosialisasi supaya tidak fanatik berlebihan menjadikan seseorang idola. Diskusikan dampak positif dan negatif budaya K-pop serta solusi yang dapat dilakukan oleh siapa saja. Dari seminar atau melalui media sosial, sosialisasi dampak kpop bisa menjadi viral dengan cepat dan mengglobal. Dalam persahabatan, sebaiknya lebih pandai dalam memilih teman yang berakhlak baik.

Kesimpulan dan Saran

Budaya K-pop dimulai dari dampak budaya Korean pop kepada masyarakat Indonesia mempunyai dampak negatif yang wajib diwaspadai. Hadirnya K-pop dengan pemfilteran yang minim telah mengubah moralitas umat Islam di Indonesia yaitu negara yang mayoritas penduduknya beragama Islam. Hedonisme, fanatis, dan perilaku konsumtif merupakan hal yang lumrah di kelompok fans kpop. Peran guru, orang tua, dan masyarakat sangatlah penting dalam menindak hal ini untuk mencegah dampak K-pop.

Dengan menginternalisasi moralitas pada anak dan menerapkannya dengan guru di sekolah. Dan bekerja sama melalui orang tua di rumah untuk mendidik anak-anak secara teratur guna memastikan mereka paham media sosial. Memberi pendidikan kepada anak, remaja dan orang dewasa tentang suri tauladan dalam kerangka agama Islam. Agar masyarakat mempunyai penanaman akhlak yang uswatun hasanah. Memiliki akhlak mulia dan melindungi diri dari fanatisme. Mengutamakan kebutuhan dibandingkan keinginan hingga mereka bisa membatasi diri pada hal-hal yang hedonistik maupun konsumeris.

Daftar Pustaka

- Aisyah, S. (2021). Pengaruh Budaya Korean Populer Di Media Sosial Terhadap Perilaku Keagamaan Islam Remaja Kota Jakarta Tahun 2021 M / 1442 H. In *Skripsi*.
 Andina, A. N. (2019). *Hedonisme Berbalut Cinta Dalam Musik K-Pop*. 1(8), 39–49.
 Anisa Agustanti. (2022). Fanatisme Dan Konformitas Korean Wave Pada Remaja. *Edu Consilium: Jurnal Bimbingan Dan Konseling Pendidikan Islam*, 3(1), 51–65.

- <https://doi.org/10.19105/ec.v3i1.5326>
- Arfina, S. K., Meidi, S. N. H., Sari, W., Wahyuni, Y., & Nugraha, R. G. (2022). Pengaruh masuknya budaya asing terhadap nilai-nilai Pancasila pada era milenial. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(1), 2150–2152.
- Azty, A., Fitriah, F., Sitorus, L. S., Sidik, M., Arizki, M., Siregar, M. N. A., Siregar, N. A., Budianti, R., Sodri, S., & Suryani, I. (2018). Hubungan antara Aqidah dan Akhlak dalam Islam. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 1(2), 122–126. <https://doi.org/10.34007/jehss.v1i2.23>
- Barizi, A., Supriatno, T., & Gani, M. (2022). Tantangan Pendidikan; Upaya Repurifikasi Pendidikan Akhlaq Abad 21. *Jurnal Studi Islam*, 11(2), 106–129. <https://iainambon.ac.id/ojs/ojs-2/index.php/JSI/article/view/3414%0Ahttps://iainambon.ac.id/ojs/ojs-2/index.php/JSI/article/viewFile/3414/1406>
- Bustanul Ulum Pesanggrahan Batu, D. M., & Gozali, M. (2019). Internalisasi Nilai-Nilai Islam Dalam Membentuk Sikap Sosial Siswa Melalui Pembelajaran Akidah Akhlak Kelas VA. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 1(2), 97–107.
- Hadi Yasin. (2019). Ayat -Ayat Akhlak Dalam Al-Quran (Membangun Keadaban Menuju Kemuliaan Peradaban). *Tahdzib Al-Akhlaq: Jurnal Pendidikan Islam*, 2(2), 1–15. <https://uia.e-journal.id/Tahdzib/issue/view/61>
- Handayani, K. T. (2020). Hubungan Gaya Hidup Hedonis Dan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap K-Pop Pada Mahasiswa UIN Suska Riau. *Skripsi*.
- Hilaliyah, Z., & Hendrastomo, G. (2021). Fenomena K-Pop Sebagai Konsumsi Budaya Populer Di Kalangan Santriwati Di Pondok Pesantren Al Barokah Yogyakarta. *E-Societas*, 10(2), 2–21.
- Lestarina, E., Karimah, H., Febrianti, N., Ranny, R., & Herlina, D. (2017). Perilaku Konsumtif di Kalangan Remaja. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 2(2), 1–6. <https://doi.org/10.29210/3003210000>
- Misbahuddin, A. A., & Prajawati, M. I. (2023). Pengaruh Kecerdasan Spiritual, Pendapatan, Dan Hedonism Lifestyle Terhadap Pengelolaan Keuangan (Studi Kasus Guru Pondok Pesantren Annur 3 “Murah Banyu” Malang). *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (Manova)*, 6(1), 75–87.
- Nasution, A. N. A. R. (2021). Pengaruh Brand Ambassador, Perilaku Konsumtif, Dan Fanatisme Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nature Republic Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Konsumen Penggemar Boygroup Korea Nct 127 Di Indonesia). <https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/13706/>, 4(1), 1–23. <https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/13706/>
- Novita, N. A. (2015). Larangan Israf Dan Pengaruhnya Bagi Kesehatan (Kajian Tafsir Tahlili Terhadap Al-Qur'an Surah Al-'Araf Ayat 31). *Skripsi*, 15. [http://digilib.uinsby.ac.id/2338/5/Bab 2.pdf](http://digilib.uinsby.ac.id/2338/5/Bab%202.pdf)
- Nurwahidah, S. (2020). Dai Komunitas Remaja Dalam Menghadapi Budaya Korean Wave Melalui Pendekatan Komunikasi Antarbudaya dan Agama (Studi Kasus Ustadz Fuadh Naim Pada *Repository.Uinjkt.Ac.Id*. [http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/55306%0Ahttp://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/55306/1/SHOFIA NURWAHIDAH-FDK.pdf](http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/55306%0Ahttp://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/55306/1/SHOFIA%20NURWAHIDAH-FDK.pdf)
- Oktavia, Novi Tri, D. (2007). Kolaborasi Strategi Branding Produk Oreo X Blackpink

- Melalui Pemanfaatan Popularitas Blackpink. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 7(2), 1–8.
- Rarawahyuni, I. (2022). The Theoretical Review Of Consumption In Islam On Wasting Food Behavior (Tabdzir) In Indonesia Oleh. 1, *הארץ* (8.5.2017), 2005–2003.
- Safitri, A. (2020). Pengaruh Korean Pop Terhadap Perubahan Nilai Spiritual Pada Penggemar Komunitas A.R.M.Y Banda Aceh. *Bussiness Law Binus*, 7(2), 33–48.
http://repository.radenintan.ac.id/11375/1/PERPUS_PUSAT.pdf
<http://business-law.binus.ac.id/2015/10/08/pariwisata-syariah/>
<https://www.ptonline.com/articles/how-to-get-better-mfi-results/>
<https://journal.uir.ac.id/index.php/kiat/article/view/8839>
- Suhartawan, B. (2021). Wawasan Al-Quran tentang Moderasi Beragama. *Ulumul Qur'an: Jurnal Kajian Ilmu Al-Qur'an Dan Tafsir*, 1(2), 50–64.
<https://doi.org/10.58404/uq.v1i2.75>
- Ulya, R. M., El Hakim, A. F. I., & Jamaluddin, M. (2021). Penerapan Konseling Behavior Untuk Mengurangi Kecenderungan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Psikologi 2018 UIN Malang. *Konseling Edukasi "Journal of Guidance and Counseling"*, 5(2), 178.
<https://doi.org/10.21043/konseling.v5i2.12789>