

FENOMENA PERGESERAN NILAI-NILAI RELIGIUS MAHASISWA PAI UIN MALANG AKIBAT KOREAN WAVE (K-POP DAN K-DRAMA)

Afaf Zakiyah Z, Naflah Rifqi, Rohmatul Azizah Zaituni

Jurusan Pendidikan Agama Islam, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan,

Universitas Maulana Malik Ibrahim Malang, Indonesia

afafzkyh@gmail.com, naflah.rifqi123@gmail.com, itsrohmatulaz@gmail.com

ABSTRACT

K-Pop and K-Drama, which were allegedly only dimensioned in the entertainment world, turned out to have implications for the religiosity of the audience. It has been proven that some acts of fanaticism shown by the fans resulted in the level of faith and the intensity of their worship decreasing. The spread of the Korean Wave (hallyu) which includes K-Pop and K-Drama is well packaged and visualized based on international standards, so that various demographic layers - including Islamic Religious Education students- can access it easily and at the same time enjoy it. With the increasing number of fans, the imperialism of the Korean Wave which is rooted in K-Pop and K-Drama has become a new wave of globalization. The shift that arises is not only in the cultural aspect, a significant shift in religiosity is also rife. This study aims to determine the phenomenon of shifting religious values due to the Korean Wave, especially K-Pop and K-Drama. This research uses an interview method with a qualitative descriptive approach. Subjects are students of Islamic Religious Education at the State Islamic University of Malang with an age category of 18 to 21 years. The results of this study showed that the subjects experience symptoms of decreased religiosity, including the intensity of studying religion is distracted by the intensity of enjoying Korean content, delaying prayers because watching idol concerts and K-Dramas, deepening the history of idols or Korean culture compared to Islamic Tarikh science, and also memorizing Korean songs more than Islamic songs. Some respondents even stated that they are more interested in learning Korean than Arabic. This phenomenon is a challenge for the world of Islamic education. However, this needs to be analyzed further in order to take lessons in Islamic da'wah both in the internal (Muslims) and external spheres.

Keywords: Religious Values, Fanaticism, Korean Wave, K-Pop, K-Drama

ABSTRAK

K-Pop dan K-Drama yang disinyalir hanya berdimensi pada dunia hiburan ternyata telah mengimplikasi religiusitas para penikmatnya. Telah terbukti beberapa tindak fanatisme yang ditampilkan oleh para fans mengakibatkan kadar keimanan dan intensitas ibadah mereka menurun. Persebaran Korean Wave (hallyu) yang termasuk di dalamnya K-Pop dan K-Drama dikemas dengan apik dan divisualisasikan berdasar standar internasional, sehingga berbagai lapisan demografi -tak terkecuali mahasiswa Pendidikan Agama Islam- dapat mengaksesnya dengan mudah juga sekaligus menggemarnya. Pergeseran yang timbul tak hanya pada aspek budaya, pergeseran religiusitas yang signifikan juga marak terjadi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui fenomena pergeseran nilai-nilai religius akibat Korean Wave, khususnya K-Pop dan K-Drama. Penelitian ini menggunakan metode wawancara dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Subjek adalah mahasiswa Pendidikan Agama Islam Universitas Islam Negeri Malang dengan kategori usia 18 sampai 21 tahun. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa subjek mengalami gejala penurunan religiusitas, di antaranya

intensitas mengkaji agama teralihkan dengan intensitas menikmati konten Korea, menunda sholat karena menonton konser idola dan K-Drama, lebih mendalami sejarah idola atau kebudayaan Korea dibanding dengan ilmu Tarikh Islam, lebih menghafal lagu-lagu Korea daripada lagu-lagu Islami, dan juga lebih tertarik belajar bahasa Korea dibanding bahasa Arab. Fenomena yang terjadi merupakan tantangan bagi dunia pendidikan Islam. Bagaimanapun hal ini perlu dianalisis lebih lanjut guna mengambil hikmah dalam dakwah Islam baik di lingkup internal (kaum muslimin) maupun lingkup eksternal.

Kata-Kata Kunci: Nilai-Nilai Religius, Fanatisme, *Korean Wave*, K-Pop, K-Drama

PENDAHULUAN

Dewasa ini *Korean Wave*, terutama pada K-Pop dan K-Drama nyatanya tak hanya berdimensi pada dunia hiburan saja. Implikasi konten yang disajikan turut andil dalam pergeseran religiusitas pada sebagian *fans* mereka yang tak terkecuali pada golongan mahasiswa PAI. Sikap fanatisme yang ditunjukkan, baik di tingkat rendah hingga fanatisme level tinggi yakni *Celebrity Worship Syndrom*, tentunya menjadi fenomena baru untuk industri hiburan Korea.¹ Telah tercatat dalam satu fenomena fatal dan riskan dalam singgungan dunia K-Pop (*Korean Pop*) dan dunia agama ialah ramainya hashtag 'Agama BTS' pada platform Telegram dan Twitter pada Mei 2020 silam.²

Perlu kita ketahui bahwa *Korean Wave* (*hallyu*) menjadi salah satu arus globalisasi yang marak sejak akhir abad-19 hingga saat ini. Siapa sangka arus globalisasi bercorak Asia ini telah menyaingi bahkan perlahan mulai menggeser arus westernisasi yang telah mengimbas dunia sejak abad ke-17.³ Gelombang Korea (*Korean Wave*) ini menyuguhkan berbagai produk unggulan yang meliputi drama TV, musik, *fashion*, *life-style*, kuliner hingga *brand* kecantikan.⁴

Dalam induknya, produk *Korean Wave* yang menjadi akar kegandrungan akan *Korean Wave* dan budayanya ialah K-Pop dan K-Drama.⁵ Keduanya identik dengan visual yang apik dan karyanya yang unik. Tak sedikit lapisan masyarakat Indonesia yang menyambut

¹ Juliana Marlin Y Benu, Theodora Takalapeta, and Yustina Nabit, "Perilaku Celebrity Worship Pada Remaja Perempuan," *Journal of Health and Behavioral Science* 1, no. 1 (2019): 1, <https://doi.org/10.35508/jhbs.v1i1.2078>.

² BTS sendiri adalah *Boy Band* mendunia asal Korea Selatan yang beranggotakan 7 orang dan debut sejak 2013 atas agensi *Big Hit Entertainment*. Ramainya kabar burung ini bermula dengan adanya grup Telegram yang bertuliskan "Agama BTS". Walau sudah terpampang jelas penyimpangan religi yang terjadi, tidak disangka anggota grup Telegram ini telah mencapai 4030 member dengan deskripsi grup yang bertuliskan 'rukun agama BTS'. Hal ini hanyalah sebatas kabar burung dan bisa jadi merupakan penyimpangan segelintir oknum yang memang ingin membelokkan agama. Namun cerminan sikap fanatisme yang fatal telah muncul. Kegilaan para fans K-Pop terhadap idolnya sudah melewati batas wajar bahkan berani untuk menerjang hukum Tuhan untuk hanya sekedar memuja-muja idola mereka. Lihat : "Takjub Sangat Ni Kenapa Ada Yang Wujudkan Agama BTS Sebab Terlalu Taksub Dengan K-Pop," accessed December 15, 2021, <https://babab.net/artikel/taksub-sangat-ni-kenapa-ada-yang-wujudkan-agama-bts-sebab-terlalu-taksub-dengan-k-pop.html>.

³ Dinda Larasati, "Globalization on Culture and Identity: Pengaruh Dan Eksistensi Hallyu (*Korean-Wave*) Versus Westernisasi Di Indonesia," *Jurnal Hubungan Internasional* 11, no. 1 (November 2018): 2, <https://doi.org/10.20473/JHI.V11I1.8749>.

⁴ Sella Ayu Pertiwi, "Konformitas Dan Fanatisme Pada Remaja *Korean Wave*," *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi* 1, no. 2 (April 2013): 84.

⁵ Pertiwi, 85.

hangat budaya Korea. K-Pop dan K-Drama berperan penting dalam penyampaian unsur-unsur ciri khas budaya Korea secara gamblang pada drama, MV (*Music Video*), *Variety Show* TV dan serial-serial idola lainnya. Bahkan pemerintah Korea Selatan pun menggunakan K-Pop sebagai *soft power* dalam strategi ekonomi memasarkan produk non-budaya Korea. Alih-alih sebagai konten hiburan semata, K-Pop dan K-drama juga mengambil peran sebagai duta pariwisata, *fashion*, hingga kerja sama militer.⁶

Dengan karakter Indonesia yang adaptif terhadap budaya asing, tentu menimbulkan dua percabangan dimana *fans* Korea dapat mengolah budaya baru ke arah yang lebih positif ataukah ke arah negatif. K-Pop dan K-Drama kini telah menjadi figur idola di mata para penggemarnya. Disamping hanya menikmati sebuah karya mereka, tak sedikit *fans* remaja yang mulai tertarik untuk bersikap fanatis. Beberapa penelitian menyebutkan bahwa sikap fanatisme yang berlebihan seperti rela memberi tiket konser dengan harga fantastis, memuaskan keinginan diri untuk membeli pernak pernik atribut idola, atau menghabiskan waktu berjam-jam hanya untuk menonton konten sang idola.⁷

Sikap-sikap ini telah dikategorikan dalam fanatisme pada level '*Celebrity Worship*' dimana dapat diartikan sebagai pemujaan terhadap sosok selebritas yang diungkapkan secara berlebihan akibat ketertarikan yang berlebih. Bahkan, dalam kasus fanatisme *fans* terhadap idolanya pun merupakan hubungan parasosial dimana salah satu pihak mengetahui berbagai informasi tentang pihak lainnya, tetapi tidak sebaliknya. Perilaku demikian berkaitan erat dengan level religiusitas yang rendah dan kemampuan kognisi yang buruk dalam hal berpikir kritis, fleksibilitas, dan kreativitas.⁸ Juga menurut Aisyah, atas hasil riset dan observasinya pada remaja Islam Kota Tangerang Selatan yang menggemari produk *Korean Wave*, dapat disimpulkan bahwa ketika *Korean Wave* popularitasnya semakin tinggi, justru perilaku keagamaan remaja maka akan semakin rendah dikarenakan tindakan konformitas dan fanatisme yang sudah membuat mereka terlena sehingga lupa akan kewajiban beragama.⁹

Jika kita menelaah lebih lanjut, ternyata sikap fanatis atas *Korean Wave* juga mempengaruhi golongan mahasiswa PAI saat ini. Walaupun tidak mencapai tahap fatal (*Celebrity Worship*), namun realita bahwa mereka juga turut merasa *hype*¹⁰ pada *Korean Wave* dapat membuka gerbang fanatisme yang akan menggeser religiusitas mereka. Tak sedikit mahasiswa PAI, khususnya pada UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang juga menggemari K-Pop atau K-Drama.

Implikasi yang terjadi antara K-Pop, K-Drama dan religiusitas mereka sering kali berdampak pada abai terhadap waktu sholat. Padahal seyogyanya, mahasiswa PAI berkewajiban untuk senantiasa membina religiusitasnya dalam dimensi iman, Islam, ihsan,

⁶ Patria Nurhani and Riza Noer Arfani, "Korean Pop Music Sebagai Diplomasi Publik Korea Selatan Di Indonesia" (Universitas Gajah Mada, 2013), 1.

⁷ Sella Ayu, 87-88

⁸ Benu, Takalapeta, and Nabit, "Perilaku Celebrity Worship Pada Remaja Perempuan," 15.

⁹ Siti Aisyah, "Pengaruh Budaya Korean Populer Di Media Sosial Terhadap Perilaku Keagamaan Islam Remaja Kota Jakarta Tahun 2021 M / 1442 H" (Universitas Islam Negeri Jakarta, 2021), 65.

¹⁰ *Hypebeast* adalah *Hype* atau Menggilai, Mengikuti dan Menggunakan. Lihat : Galih Adie Pamungkas, "Gaya Hidup Hypebeast Di Kalangan Remaja Kota Bandung" (UNIVERSITAS PASUNDAN BANDUNG, 2018), 1.

ilmu dan amal (ibadah).¹¹ Namun jika durasi pembinaan iman ini tersita oleh K-Pop dan K-Drama, tentu bukan hal yang bisa dibenarkan. Sungguh miris bila mereka lebih menghafal lagu Korea dibanding ayat-ayat al-Qur'an dan selawat Nabi, atau mereka yang lebih gemar mengadopsi budaya Korea dari pada budaya Islam baik segi tata busana, bahasa, hingga gaya hidupnya. Padahal tiap perilaku mereka senantiasa menjadi panutan yang akan 'digugu dan ditiru' oleh anak didiknya.

Maka dari itu, di sini penulis ingin meneliti apa saja faktor-faktor yang menyebabkan Mahasiswa PAI memilih untuk menghabiskan waktu menikmati K-Pop dan K-Drama. Juga seberapa fatalkah pengaruh *Korean Wave* pada mahasiswa PAI UIN Maulana Malik Ibrahim Malang terhadap K-Pop dan K-Drama yang sangat menyita banyak waktu dan juga memberi beberapa imperialisme dalam bentuk fanatisme dan konformitas sebagai penggemar idol atau aktor Korea. Lalu bagaimana sikap-sikap fanatisme tersebut jika dikomparasikan dengan indikator kompetensi religiusitas yang harus dicapai tiap mahasiswa PAI agar pantas disebut sebagai calon pengajar Pendidikan Agama Islam (PAI).

KAJIAN LITERATUR

1. Nilai-Nilai Religius

Nilai religius merupakan gabungan dari dua kata, yakni kata nilai dan kata religius. Menurut *KBBI Daring*, makna kata nilai adalah harga, angka kepandaian, mutu, dan sifat-sifat yang penting atau berguna bagi kemanusiaan.¹² Menurut Mulyani sebagaimana yang dikutip oleh Qiqi dan Rusdiana, pengertian nilai adalah keyakinan manusia dalam menentukan pilihan yang berkaitan dengan moral untuk diwujudkan dalam bentuk perilaku atau tindakan.¹³ Sedangkan makna kata "religius" menurut *KBBI Daring* adalah bersifat keagamaan atau yang berkaitan dengan religi.¹⁴ Dikutip oleh Yulianti, et al. bahwa kata religi berasal dari bahasa Inggris *religion* yang berarti agama atau kepercayaan terhadap adanya kekuasaan di atas manusia, yakni Tuhan. Sedangkan religius berasal dari kata *religious* yang artinya sifat religi yang ada pada manusia atau yang berkaitan dengan kepercayaan pada suatu agama.¹⁵ Islam sendiri memandang religius sebagai konsep menjalankan agama secara menyeluruh (*kaffah*).¹⁶

Sehingga sintesa pengertian dari 'nilai-nilai religius' adalah sifat atau keyakinan manusia terhadap adanya Tuhan dengan melaksanakan ajaran agama yang diyakininya dalam kehidupan sehari-hari. Keyakinan yang dimiliki manusia tersebut berpengaruh

¹¹ Riyan Rivaldi, "Upaya Dosen PAI Dalam Membina Religiusitas Mahasiswa Prodi PAI Angkatan 2017 UIN Ar-Raniry Banda Aceh" (Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Darusslam Banda Aceh, 2020), 21–24.

¹² Kemdikbud, "KBBI Daring," n.d.

¹³ Qiqi Yulianti Zakiyah and A. Rusdiana, *Pendidikan Nilai Kajian Teori Dan Praktik Di Sekolah* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2014), 15.

¹⁴ Kemdikbud, "KBBI Daring."

¹⁵ Yulianti Yulianti et al., "Penguatan Nilai-Nilai Religius Di Perguruan Tinggi," *Mediator: Jurnal Komunikasi* 11, no. 2 (December 2018): 182, <https://doi.org/10.29313/MEDIATOR.V11I2.3978>.

¹⁶ Amru Almu'tasim, "Penciptaan Budaya Religius Perguruab Tinggi Islam (Berkaca Nilai Religius UIN Maulana Malik Ibrahim Malang)," *J-PAI: Jurnal Pendidikan Agama Islam* 3, no. 1 (2016): 105–20, <https://doi.org/10.18860/jpai.v3i1.3994>.

terhadap pilihan, cara, dan tujuan perilaku yang dilakukan. Secara umum, nilai-nilai religius mencakup tiga aspek penting, yaitu akidah, ibadah, dan akhlak.¹⁷

2. Kompetensi Religius Mahasiswa PAI

Sebagai seorang mahasiswa PAI dalam naungan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, orientasi *output*-nya akan mengarah pada profesi pengajar/guru. Sesuai UU Guru dan Dosen tahun 2005 pasal 10, telah disebutkan bahwa terdapat 4 dimensi kompetensi, yakni kompetensi pedagogik (berhubungan dengan tugas-tugas guru sebagai tenaga kependidikan), kompetensi kepribadian, kompetensi sosial dan kompetensi profesional. Namun jika predikat guru tersebut ialah guru agama maka terdapat satu kriteria lagi yakni kompetensi keagamaan yang berarti ia diharapkan menjadi lebih dari muslim biasa, dapat menjadi teladan juga pelopor dalam hal ketaatan beribadah, kegairahan mencari ilmu, dan dalam aktivitas keagamaan.¹⁸ Guru PAI berperan aktif sebagai pendidik, motivator, inspirator, transmisor (penyalur), supervisor (pengawas/korektor), *leader*, fasilitator dan demonstrator.¹⁹

Dalam upaya pengoptimalan peran pendidikan tersebut, terdapat beberapa kompetensi ideal atau syarat pokok yang harus dipenuhi oleh guru PAI dalam kompetensi keagamaan. Menurut Gloch dan Strak dalam Al-Mu'tasim, dimensi religiusitas/keagamaan seseorang terbagi atas lima dimensi, antara lain :²⁰

a. *Religious Belief (The Ideological Dimension)*

Tingkat sejauh mana seseorang menerima hal-hal yang dogmatik dalam agamanya. Misalnya kepercayaan adanya Tuhan, malaikat, surga, neraka dan sebagainya.

b. *Religious Practise (The Ritualistic Dimension)*

Tingkat sejauh mana seseorang melakukan kewajiban-kewajiban ritual dalam agamanya. Misalnya shalat, puasa, zakat, haji, dan ibadah muamalah lainnya.

c. *Religious Feeling (The Experiential Dimension)*

Perasaan-perasaan atau pengalaman keagamaan yang pernah dialami dan dirasakan oleh seseorang. Aspek ini juga terkait dengan intensitas semangat optimisme seorang Muslim dalam menyesuaikan perilakunya yang selaras dengan doktrin Islam. Misalnya

¹⁷ Jakaria Umro, Dosen Stit, and Pgri Pasuruan, "Penanaman Nilai-Nilai Religius Di Sekolah Yang Berbasis Multikultural," *Jurnal Al-Makrifat* 3, no. 2 (2018): 154; Ilma A'inur Risa, "Peran Guru Pendidikan Agama Islam (PAI) Dalam Menanamkan Karakter Religius Peserta Dalam Menanamkan Karakter Religius Peserta Didik Di Madrasah Tsanawiyah Negeri 7" (Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, 2021), 33.

¹⁸ Riyan Rivaldi, "Upaya Dosen PAI Dalam Membina Religiusitas Mahasiswa Prodi PAI Angkatan 2017 UIN Ar-Raniry Banda Aceh" (Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Darussalam - Banda Aceh, 2020), 21.

¹⁹ Intan Mayang Sahni Badry and Rini Rahman, "Upaya Guru Pendidikan Agama Islam Dalam Menanamkan Nilai Karakter Religius," *An-Nuha* 1, no. 4 (2021): 576, <https://doi.org/10.24036/annuha.v1i4.135>; Risa, "Peran Guru Pendidikan Agama Islam (PAI) Dalam Menanamkan Karakter Religius Peserta Dalam Menanamkan Karakter Religius Peserta Didik Di Madrasah Tsanawiyah Negeri 7," 20–30; Rivaldi, "Upaya Dosen PAI Dalam Membina Religiusitas Mahasiswa Prodi PAI Angkatan 2017 UIN Ar-Raniry Banda Aceh," 14–17.

²⁰ Rivaldi, "Upaya Dosen PAI Dalam Membina Religiusitas Mahasiswa Prodi PAI Angkatan 2017 UIN Ar-Raniry Banda Aceh," 25; Almu'tasim, "Penciptaan Budaya Religius Perguruab Tinggi Islam (Berkaca Nilai Religius UIN Maulana Malik Ibrahim Malang)," 110.

ia giat dan semangat mengikuti majelis ilmu, aktif dalam kegiatan keagamaan, merasa dekat dengan Tuhan atau merasa takut berbuat dosa.

d. *Religious Knowledge (The Intelektual Dimension)*

Seberapa jauh mengetahui tentang ajaran agamanya terutama yang ada dalam kitab suci maupun lainnya.

e. *Religious Effect (The Consequential Dimension)*

Dimensi yang menunjukkan sejauh mana perilaku seseorang dimotivasi oleh ajaran agama di dalam kehidupan sosial. Yaitu meliputi perilaku suka menolong, memaafkan, tidak mencuri, tidak berzina, menjaga amanah, dan lain sebagainya.

Sehingga dapat dirumuskan bahwa menurut Rahma dan Atika (2021), tinjauan profesi guru agar sesuai dengan perkembangan zaman yang selaras dengan ajaran Islam yakni guru memiliki peran sebagai:²¹

a) *Ulul Albab*

Yakni memiliki kesinambungan antara daya pikir, daya nalar dan daya dzikir pada spiritualitasnya. Dengannya keprofesionalitasan guru tercermin atas sikap Taqwa kepada Allah SWT. Ia harus bertindak amal ma'ruf nahi mungkar sebagai bukti dari *syahadah*-nya mengabdikan pada Islam.²²

b) *Al-Ulama'*

Yakni memiliki sikap seorang ilmuwan, dengan mendalami ilmu pengetahuan secara komprehensif sebagai sarana untuk meningkatkan keimanan dan menebar kebermanfaatan pada murid juga sekitarnya. Terlebih untuk mahasiswa PAI, ia difungsikan sebagai *mu'allim* sekaligus *mudarris*, dimana ia berkedudukan sebagai seseorang yang menguasai ilmu, peka terhadap intelektual dan informasi juga mampu mengembangkannya, dapat menjelaskan fungsi, dimensi teoritis, dimensi praktis sekaligus melakukan transfer ilmu pengetahuan, internalisasi dan implementasi (*amaliyah*) sebagai upaya dalam mencerdaskan anak didiknya.

c) *Al-Muzakki*

Memiliki arti bahwa guru harus memiliki mental dan karakter yang mulia dengan senantiasa menjauhkan diri dari maksiat dan perbuatan dosa. Guru PAI bertindak sebagai *mursyid* dan *mu'addib*. Dimana segala tindakan akan menjadi sentral identifikasi untuk percontohan siswanya.

d) *Ahl Ad-Dzikr*

Guru memiliki peran penting sebagai '*supervisor*' dimana ia diakui kepakarannya, menjadi rujukan tempat bertanya dan koreksi, punya otoritas penuh untuk memberi pembenaran dan pengakuan atas temuan ilmiah. Juga ia sebagai motor yang memandu siswa – siswinya untuk senantiasa semangat untuk menggali ilmu agama.²³

²¹ Rahma Fitria Purwaningsih and Atika Muliandari, "Profesionalisme Guru Dalam Perspektif Islam," *Ngaji: Jurnal Pendidikan Islam* 1, no. 1 (2021): 66–67, <https://doi.org/10.30736/akademika.v10i2.17>.

²² Amien Wahyudi, "Iman Dan Taqwa Bagi Guru Bimbingan Dan Konseling," *Jurnal Fokus Konseling* 2, no. 2 (2016): 89–98.

²³ M. Ma'ruf, "Hubungan Budaya Religius Dengan Proses Pembelajaran PAI Di SMPN 1 Nguling," *Jurnal Studi Islam* 15, no. 1 (2020): 140.

e) *Ar-Raskhun fi 'Ilm*

Tak hanya sebagai sumber ilmu yang berbasis data dan fakta, tapi guru juga berperan mentransmisi makna, pesan, hakikat, kandungan, ini dan esensi dari segala sesuatu sebagai pengajaran. Hal ini termaktub pada surah An-Nisa/4:162 yang berbunyi:

وَمَا إِلَيْكَ أَنْزَلَ بِمَا يُؤْمِنُونَ وَالْمُؤْمِنُونَ مِنْهُمْ الْعِلْمُ فِي الرَّاسِخُونَ لَكِنِ
وَالْمُؤْمِنُونَ الزَّكَاةَ وَالْمُؤْتُونَ َ الصَّلَاةَ وَالْمُقِيمِينَ َ قَبْلِكَ مِنْ أَنْزَلَ
عَظِيمًا أَجْرًا سَنُؤْتِيهِمْ أُولَئِكَ الْآخِرِ وَالْيَوْمِ بِاللَّهِ

"Tetapi orang-orang yang mendalam ilmunya di antara mereka dan orang-orang mukmin, mereka beriman kepada apa yang telah diturunkan kepadamu (Al Quran), dan apa yang telah diturunkan sebelumnya dan orang-orang yang mendirikan shalat, menunaikan zakat, dan yang beriman kepada Allah dan hari kemudian. Orang-orang itulah yang akan Kami berikan kepada mereka pahala yang besar."

Dapat disimpulkan bahwa konteks beriman pada *Ar-Raskhun fi 'Ilm* adalah dengan mendirikan sholat, menunaikan zakat, dan mengimani hari akhir. Maka seorang calon guru PAI hendaknya memiliki intensitas dan kualitas ibadah yang tinggi sebagai implementasi dari ilmu yang ia emban.²⁴

Maka telah didapatkan bahwa tugas seorang guru PAI sangatlah berat, keseimbangan kemampuan kognitif, afektif dan psikomotorik harus terpenuhi. Ia juga menjadi sosok teladan yang dituntut penuh untuk menjalankan agama secara *kaffah* (menyeluruh.) Selain memiliki ilmu pengetahuan Islam yang mumpuni, ia juga harus mampu dan terbiasa melaksanakan *amaliyah* ilmunya tersebut sebagai representasi kepatuhan dan ketaatan pada Allah.²⁵ Dengannya diharapkan seorang guru PAI dapat menjadi '*role model*' dalam pengimplementasian seluruh ajaran Islam sebagai dakwah dan pengajaran.

Sebagaimana teladan kita, Nabi Muhammad Saw. yang mendidik kaum muslim dengan metode keteladanan. Tercermin pada Q.S Al-Ahzab: 21 yang berbunyi :²⁶

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِمَنْ كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ
الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا ٢١

Artinya : "Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan dia banyak menyebut Allah."

3. Korean Wave (*Hallyu*), K-Pop dan K-Drama

²⁴ Ma'ruf, 139.

²⁵ Risa, "Peran Guru Pendidikan Agama Islam (PAI) Dalam Menanamkan Karakter Religius Peserta Dalam Menanamkan Karakter Religius Peserta Didik Di Madrasah Tsanawiyah Negeri 7," 20-30; Badry and Rahman, "Upaya Guru Pendidikan Agama Islam Dalam Menanamkan Nilai Karakter Religius," 576.

²⁶ Badry and Rahman, "Upaya Guru Pendidikan Agama Islam Dalam Menanamkan Nilai Karakter Religius," 576.

Hallyu berasal dari bahasa Korea yang artinya gelombang Korea atau biasa disebut dengan istilah *Korean Wave*. *Hallyu* merupakan istilah yang digunakan untuk menyebut kesuksesan budaya Korea Selatan yang mendunia. *Hallyu* meliputi musik (K-Pop), drama (K-Drama), *fashion*, makanan, dan apapun yang berkaitan dengan Korea Selatan.²⁷

K-Pop merupakan singkatan dari *Korean Pop* (Pop Korea) yakni musik populer yang berasal dari Korea Selatan dengan berbagai macam gaya musik.²⁸ Istilah K-Pop seringkali digunakan untuk menyebut musik, lagu yang dinyanyikan, dan tarian yang dilakukan oleh idola Korea Selatan (*boy band*, *girl band*, dan solo). Idola K-Pop tidak hanya memiliki keahlian dalam hal bernyanyi dan menari, akan tetapi juga memiliki penampilan visual yang menarik.²⁹ Para penggemar K-Pop biasa disebut dengan sebutan *K-Popers* (*Korean Pop Lovers*). Sedangkan idola yang mereka gemari biasa disebut dengan *bias*.³⁰ Seiring dengan berkembangnya zaman, jumlah penggemar K-Pop dan K-Drama di Indonesia semakin bertambah. Banyaknya jumlah *fans* melahirkan banyak *fans-club* (komunitas penggemar) di media sosial sesuai dengan idola yang disukainya yang biasa disebut dengan istilah *fandom* (*fans kingdom*) atau *fanbase*. Walaupun mereka terdiri dari beberapa *fandom* yang berbeda-beda, akan tetapi kebanyakan dari mereka memiliki kedekatan dan saling mendukung antara satu sama lain.³¹

K-Drama merupakan singkatan dari *Korean Drama* (Drama Korea) yaitu serial televisi berbahasa Korea yang diproduksi oleh Korea Selatan. Serial K-Drama identik dengan kisah yang bernuansa romantis tetapi sebenarnya tidak seluruhnya demikian. Terdapat K-Drama yang bercerita dengan genre lain seperti *action*, *thriller* komedi, sejarah, kedokteran, fantasi, horror, ataupun campuran.³² Dengan adanya banyak variasi dan alur kisah yang menarik, K-Drama dapat membuat penontonnya hanyut dalam kisah yang disuguhkan. Selain itu, aktor/aktris yang memainkan peran juga memiliki paras yang cantik dan ganteng, kualitas *acting* mereka bagus dan dapat mendalami peran dalam drama, lagu-lagu yang dijadikan OST³³ K-Drama pun bagus dan enak untuk didengarkan.³⁴ K-Drama populer di dunia internasional karena penyebaran budaya Korea (*Korean Wave*) dan kemudahannya untuk diakses melalui jejaring internet. K-Drama telah tersebar luas di layanan streaming internet lengkap dengan *subtitle* berbagai bahasa. Kepopuleran K-Drama menyebabkan timbulnya

²⁷ Lisa Anggraini Putri, "Dampak Korea Wave Terhadap Prilaku Remaja Di Era Globalisasi," *Al-Ittizaan: Jurnal Bimbingan Konseling Islam* 3, no. 1 (2020): 43, <https://doi.org/10.24014/0.8710187>; Kim Bok-Rae, "Past, Present and Future of Hallyu (Korean Wave)," *American International Journal of Contemporary Research* 5, no. 5 (2015): 154; Idola Perdini Putri, Farah Dhiba Putri Liany, and Reni Nuraeni, "K-Drama Dan Penyebaran Korean Wave Di Indonesia," *ProTVF* 3, no. 1 (2019): 68; Widarti, "Konformitas Dan Fanatisme Remaja Kepada Korean Wave (Studi Kasus Pada Komunitas Penggemar Grup Musik CN Blue)," *Jurnal Komunikasi* 7, no. 2 (2016): 15.

²⁸ Naomi Situmorang, "Tingkat Fanatisme Penggemar Musik Pop Korea (K-Popers) Terhadap Budaya K-Pop Pada Komunitas EXO-L Pekanbaru," *JOM FISIP* 7, no. 2 (2020): 1–14; Kemdikbud, "KBBI Daring."

²⁹ Putri, "Dampak Korea Wave Terhadap Prilaku Remaja Di Era Globalisasi," 44.

³⁰ Situmorang, "Tingkat Fanatisme Penggemar Musik Pop Korea (K-Popers) Terhadap Budaya K-Pop Pada Komunitas EXO-L Pekanbaru," 3.

³¹ Widarti, "Konformitas Dan Fanatisme Remaja Kepada Korean Wave (Studi Kasus Pada Komunitas Penggemar Grup Musik CN Blue)," *Jurnal Komunikasi* 7, no. 2 (2016): 12–13; Situmorang, "Tingkat Fanatisme Penggemar Musik Pop Korea (K-Popers) Terhadap Budaya K-Pop Pada Komunitas EXO-L Pekanbaru," 3.

³² Mira Erda, "The Evolution Of Fandom Culture Of K-Drama" (Navrachana University, 2021), 1.

³³ OST adalah singkatan dari *Original Sound Track*. OST biasa digunakan untuk menyebutkan lagu-lagu yang terdapat dalam sebuah film. OST diputar pada adegan-adegan tertentu untuk menguatkan jalan ceritanya.

³⁴ Putri, "Dampak Korea Wave Terhadap Prilaku Remaja Di Era Globalisasi," 43.

ketertarikan terhadap budaya Korea seperti *fashion*, makanan, dan tempat wisata di Korea Selatan.³⁵

4. Penyebaran *Hallyu* (Korean Wave) di Indonesia

Penyebaran *hallyu* di Indonesia merupakan salah satu efek dari globalisasi.³⁶ Globalisasi adalah fenomena yang dapat diartikan sebagai upaya keterbukaan dan kerelaan dalam menerima pengaruh budaya lain.³⁷ Istilah *hallyu* pertama kali muncul di Cina oleh seorang jurnalis pada pertengahan tahun 1990-an untuk menggambarkan popularitas hiburan dan budaya Korea yang berkembang pesat di negaranya saat itu.³⁸ Pada awal abad ke-20, kebudayaan Asia, khususnya Korea Selatan mulai menyebar dengan pesat ke seluruh dunia akibat mudahnya akses komunikasi global. Kebudayaan tersebut perlahan-lahan menggeser westernisasi yang sudah mengimbas seluruh dunia sejak 1700-an.³⁹

Hallyu mulai menyebar di Indonesia pada tahun 2002 setelah Piala Dunia Korea Selatan dan Jepang. Stasiun televisi di Indonesia, Trans TV, mulai menayangkan K-Drama berjudul *Mother's Sea* pada tanggal 26 Maret 2002. Kemudian disusul oleh stasiun televisi Indosiar yang menayangkan K-Drama dengan judul *Endless Love* pada tanggal 1 Juli 2002. K-Drama tersebut mendapatkan rating yang baik dan penonton yang banyak sehingga kemudian penayangan K-Drama di stasiun televisi Indonesia terus meningkat setiap tahunnya.⁴⁰ Menurut Ibrahim, televisi memang memberi pengaruh yang lebih besar dari pada media massa lain.⁴¹

Penyebaran *hallyu* di Indonesia membawa banyak pengaruh dalam berbagai bidang, salah satu contohnya yaitu munculnya sinetron lokal yang alur ceritanya sama dengan K-Drama. Seiring populernya K-Drama di Indonesia, musik K-Pop pun perlahan juga disukai oleh kalangan remaja, terutama yang dibawa oleh *boy band* dan *girl band*. Selain itu, K-Pop dan K-Drama juga menimbulkan ketertarikan terhadap makanan, bahasa, gaya berpakaian, dan hal-hal lain yang berkaitan dengan Korea Selatan. Munculnya tempat

³⁵ Idola Perдини Putri, Farah Dhiba Putri Liany, and Reni Nuraeni, "K-Drama Dan Penyebaran Korean Wave Di Indonesia," *ProTVF* 3, no. 1 (2019): 68.

³⁶ Putri, "Dampak Korea Wave Terhadap Prilaku Remaja Di Era Globalisasi," 43.

³⁷ Budi Sujati, "Sejarah Perkembangan Globalisasi Dalam Dunia Islam," *NALAR: Jurnal Peradaban Dan Pemikiran Islam* 2, no. 2 (2018): 98, <https://doi.org/10.23971/njppi.v2i2.969>.

³⁸ Korean Culture and Information Service South Korea, *K-Drama: A New TV Genre with Global Appeal* (Seoul: Ministry of Culture, Sports and Tourism, 2011), 8; Sangjoon Lee and Abé Markus Nornes, *Hallyu 2.0: The Korean Wave in the Age of Social Media* (California: University of Michigan Press, 2018), 6; Widarti, "Konformitas Dan Fanatisme Remaja Kepada Korean Wave (Studi Kasus Pada Komunitas Penggemar Grup Musik CN Blue)," *Jurnal Komunikasi* 7, no. 2 (2016): 13.

³⁹ Larasati, "Globalization on Culture and Identity: Pengaruh Dan Eksistensi Hallyu (Korean-Wave) Versus Westernisasi Di Indonesia," 111; Ratih Pratiwi Anwar, "The Effect of Korean Wave on Young Generation and Creative Industry in Indonesia," *Modern Society and Multiculturalism* 4, no. 2 (2014): 67.

⁴⁰ Idola Perдини Putri, Farah Dhiba Putri Liany, and Reni Nuraeni, "K-Drama Dan Penyebaran Korean Wave Di Indonesia," *ProTVF* 3, no. 1 (2019): 69; Ratih Pratiwi Anwar, "The Effect of Korean Wave on Young Generation and Creative Industry in Indonesia," *Modern Society and Multiculturalism* 4, no. 2 (2014): 67.

⁴¹ Ibrahim T I Ukka, "The Analysis of Popular Culture On Cultural Image: A Case Study Of Korean Wave From Indonesia Fans," *International Journal of Applied Research in Social Sciences* 1, no. 6 (2019): 21–27, <https://doi.org/10.51594/IJARSS.V1I6.72>.

kursus bahasa Korea, restoran makanan khas Korea, dan toko pernik-pernik Korea merupakan akibat dari meluasnya penyebaran *hallyu* di Indonesia.⁴²

Terbukti dalam dua dekade terakhir, Korea Selatan berhasil mendominasi berbagai platform media sosial dan menciptakan tren-tren baru yang menjadi favorit, terutama pada *fashion*, kuliner, hingga bahasa dan *Korean Way of Life*.⁴³ Dapat dilihat dari rekam jejak sejarahnya, strategi marketing Korea Selatan dengan menerjuni industri hiburan pada televisi kabel terbukti efektif, terutama di Indonesia. Dalam rekapan hasil *tweet* terkait artis K-Pop pada platform Twitter sepanjang 2019, Indonesia menempati peringkat ke-3 setelah Thailand dan Korea Selatan. Sedangkan untuk penayangan video-video K-pop dalam platform Youtube berdasarkan negara, Indonesia menempati posisi ke-2 dengan persentase 9.9%.⁴⁴

5. Fanatisme Terhadap K-Pop dan K-Drama

Fanatisme berakar dari kata bahasa Inggris yaitu *fan* yang berarti penggemar.⁴⁵ Menurut KBBI *Daring*, kata fanatisme memiliki arti kepercayaan atau keyakinan yang berlebihan pada sesuatu.⁴⁶ Fanatisme dapat terjadi karena adanya interaksi suatu budaya antara satu orang dengan orang lain yang memengaruhi pemahaman, keyakinan, dan kecintaannya terhadap sesuatu, yang dapat memunculkan perilaku baru dari orang tersebut.⁴⁷ Budaya yang dimaksud dalam pembahasan ini adalah budaya Korea Selatan, khususnya di bidang K-Pop dan K-Drama.

Tingkah laku para penggemar K-Pop dan K-Drama yang terkadang berlebihan dalam menyukai idolanya menjadikan mereka seringkali dipandang negatif oleh masyarakat. Mereka dianggap sebagai orang-orang yang tidak nasionalis dan terkesan berlebihan karena terkadang didapati beberapa di antara mereka mengagung-agungkan budaya Korea Selatan dibandingkan budaya negara sendiri dan marah apabila idolanya diejek oleh orang lain. Perilaku fans yang berlebihan tersebut dapat menjadi salah satu sebab mengapa *Korean Wave* identik dengan istilah fanatisme.⁴⁸ Para penggemar K-Pop yang memiliki tingkat kegemaran tinggi terhadap idolanya tidak hanya sekedar gemar mendengarkan lagu-lagu idola mereka ketika ada waktu luang tetapi juga rela untuk menggunakan waktu tidur dan uang mereka untuk menonton konser dan drama selama berjam-jam serta membeli pernik-pernik yang berhubungan dengan idola mereka. Mereka

⁴² Putri, Liany, and Nuraeni, "K-Drama Dan Penyebaran Korean Wave Di Indonesia," 74.

⁴³ Ressi Dwiana, "Korean Wave, Imperialisme Budaya, Dan Komersialisasi Media," *Jurnal Komunikasi* 6, no. 1 (December 2016): 44, <https://doi.org/10.24912/JK.V6I1.23>. 41.

⁴⁴ "Distribution of K-Pop Views on YouTube Worldwide as of June 2019, by Country," accessed December 21, 2021, <https://www.statista.com/statistics/1106704/south-Korea-kpop-youtube-views-by-country/>.

⁴⁵ Widarti, "Konformitas Dan Fanatisme Remaja Kepada Korean Wave (Studi Kasus Pada Komunitas Penggemar Grup Musik CN Blue)," 13.

⁴⁶ Kemendikbud, "KBBI Daring," accessed December 21, 2021, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/>.

⁴⁷ Widarti, "Konformitas Dan Fanatisme Remaja Kepada Korean Wave (Studi Kasus Pada Komunitas Penggemar Grup Musik CN Blue)," 16–17.

⁴⁸ Erlyani Fachrosi et al., "Dinamika Fanatisme Penggemar K-Pop Pada Komunitas BTS-Army Medan," *Jurnal Diversita* 6, no. 2 (December 2020): 196, <https://doi.org/10.31289/diversita.v6i2.3782>.

banyak menghabiskan waktu untuk *update* (mengikuti berita terbaru) mengenai hal-hal yang berkaitan dengan idola mereka di media sosial.⁴⁹

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tulisan, lisan, dan perilaku orang atau objek yang diamati.⁵⁰ Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah wawancara. Wawancara adalah salah satu cara pengambilan data dengan menanyakan secara langsung kepada subjek penelitian.⁵¹ Dikarenakan pada saat penelitian ini dibuat masih dalam masa pandemi *Covid-19*, maka peneliti mengembangkan teknik wawancara ini dengan menggunakan media online guna menghindari penyebaran *Covid-19*. Subjek penelitian ini dipilih melalui teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel penelitian yang didasarkan pada beberapa pertimbangan tertentu dari peneliti. Misalnya seseorang yang dirasa paling paham atau ahli mengenai informasi yang diinginkan dan seseorang yang memiliki kuasa atas keadaan sosial atau objek penelitian yang akan diteliti.⁵² Dalam hal ini yaitu mahasiswa jurusan Pendidikan Agama Islam Universitas Islam Negeri Malang yang menggemari K-Pop dan K-Drama. Subjek penelitian berjumlah sebelas orang dengan rentang usia 18 sampai dengan 21 tahun.

Tabel 1. Subjek Penelitian

No.	Inisial	Jenis Kelamin	Umur (Tahun)
1	R1	Female	19
2	R2	Female	19
3	R3	Female	20
4	R4	Female	19
5	R5	Female	20
6	R6	Female	19
7	R7	Female	19
8	R8	Female	19
9	R9	Female	20
10	R10	Male	20
11	R11	Male	20
12	R12	Female	18
13	R13	Female	21

Proses analisis data penelitian yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada model analisis data Miles dan Huberman dimana analisis datanya dilakukan secara interaktif dan bersambung hingga selesai. Adapun tahapan atau teknik dalam analisis data Model Miles and Huberman terdiri dari tiga bagian, yakni: *data reduction*, *data display*, and

⁴⁹ Widarti, "Konformitas Dan Fanatisme Remaja Kepada Korean Wave (Studi Kasus Pada Komunitas Penggemar Grup Musik CN Blue)"; Situmorang, "Tingkat Fanatisme Penggemar Musik Pop Korea (K-Popers) Terhadap Budaya K-Pop Pada Komunitas EXO-L Pekanbaru," 3.

⁵⁰ Pupu Saeful Rahmat, "Penelitian Kualitatif," *EQUILIBRIUM* 5, no. 9 (2009): 2-3.

⁵¹ Fandi Rosi Sarwo Edi, *Teori Wawancara Psikodignostik* (Yogyakarta: PT Leutika Nouvalitera, 2016), 3.

⁵² Endang Widi Winarni, *Teori Dan Praktik Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Penelitian Tindakan Kelas (PTK), Research and Development (R&D)* (Jakarta: Bumi Aksara, 2018), 153; Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D Dan Penelitian Pendidikan)*, *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: Alfabeta, 2019), 400-401.

conclusion drawing/verification.⁵³ Data-data yang diperoleh dikelompokkan menjadi beberapa kategori, lalu dijabarkan ke dalam unit-unit. Setelah dilakukan pengelompokan selanjutnya dilakukan sintesa dengan memilih data yang penting dan yang akan dipelajari. Hasil akhir dari analisis data adalah dibuat sebuah kesimpulan yang mudah dipahami oleh diri sendiri dan orang lain.⁵⁴

HASIL

A. Faktor Dominasi K-Pop Dan K-Drama

Berdasarkan hasil wawancara pada responden kami, akar dalam persebaran *Korean Wave* atau lebih tepatnya merujuk pada K-Pop dan K-Drama bermula pada TV kabel di Indonesia yaitu sejak 2011 yang menayangkan drama berjudul 'Full House'. Dalam tahun-tahun berikutnya ketika media sosial dan media elektronik telah berkembang, arus globalisasi Korea (*Hallyu*) kian mewabah dan semakin mudah diakses selama dekade terakhir. Tak hanya itu, aspek sosial seperti lingkup keluarga dan pertemanan juga membuka akses untuk konten hiburan Korea jadi kian *hot* terutama di kalangan mahasiswa dan remaja pada umumnya. Sebagian responden kami mengaku bahwa mereka mendapat *influence* akan apiknya dunia hiburan Korea dari teman SMA/SMP, teman satu kos, teman kuliah atau bahkan ibu dan saudara dalam ikatan keluarga mereka.

Promosi tingkat rendah pada uraian di atas juga turut menyebabkan K-Pop dan K-Drama semakin mewabah dan mudah menjangkit kalangan mahasiswa yang tentunya tak hanya kaum wanita saja. Mereka yang bergender laki-laki pun juga menikmatinya. Beberapa faktor yang menjadi daya jual dari konten K-Pop dan K-Drama berdasarkan perspektif responden kami secara general ialah :

1. *Visual Consuming*

Hampir seluruh responden kami menyatakan bahwa visualisasi dari paras idol K-Pop dan aktor/aktris K-Drama tidak pernah mengecewakan. Hal ini dapat kita ketahui dari salah satu pernyataan R6 (19/F) atas pertanyaan mengapa suka K-Pop atau K-Drama, yakni : "*Tidak munafik, karena memang visualnya mereka bagus dan enak dipandang*". Konteks visual di sini ternyata tak hanya dalam paras yang disuguhkan namun segi penyajian audiografi dan videografi yang diangkat bukanlah sebuah kualitas yang remeh. Detail dari resolusi video, ikon, properti, *style fashion*, dan keseluruhan elemen dalam produksi sudah dikemas secara totalitas dan memang sudah taraf *entertainment* dunia.

2. *Comforting Content*

Selain dari segi visualisasi, salah satu faktor yang menjadi daya jual dalam K-Pop dan K-Drama adalah konten yang berkualitas. Beberapa responden kami yang menyukai K-Pop beranggapan bahwa lagu yang dibawakan pada setiap *boyband/girl band* Korea menyediakan berbagai genre dan memiliki arti lirik yang bervariasi. Koreografi dalam tiap lagu mereka juga turut menarik tendensi para *K-Popers*.

⁵³ Gumilar Rusliwa Somantri, "Memahami Metode Kualitatif," *Makara Seri SosialHumaniora* 9, no. 2 (2005): 57–65, <https://doi.org/10.7454/mssh.v9i2.122>.

⁵⁴ Gumilar Rusliwa Somantri, 'Memahami Metode Kualitatif', *Makara, Sosial Humaniora*, 9.2 (2005), 57–65

Jika melihat pada sisi K-Drama, beberapa aspek yang membuat responden kami betah untuk menonton selama berjam-jam ialah karena plot/alur yang ditayangkan ialah *out of the box*, *unpredictable* dan memicu *curiosity* para penonton untuk melanjutkan episode berikutnya. Karakter yang dikembangkan pun juga tidak monoton, sehingga penonton tidak jenuh akan akting dari pemeran K-Drama tersebut. Kodifikasi episodenya pun memiliki rerata 16/20/32 episode dengan total durasi 16-20 jam dalam satu seri sehingga cerita tidak terkesan berbelit-belit.

Dari berbagai fokus tema yang disuguhkan dari K-Pop dan K-Drama, ternyata responden kami memaparkan bahwa konten tersebut memiliki dampak signifikan pada psikologis mereka. '*Mood*' atau suasana hati mereka seringkali bercampuraduk dengan lagu K-Pop atau K-drama yang mereka nikmati. Beberapa juga menuangkan segala emosi seperti tangis, gembira atau bahkan stres yang sedang mereka alami. Secara pribadi mereka beranggapan bahwa K-Pop dan K-Drama adalah salah satu cara untuk '*healing*'.

3. *Update terhadap Globalisasi*

Berdasarkan respon dari responden kami, selayaknya konten yang telah *go-internasional* K-Drama atau K-Pop sama-sama menggeluti pasar globalisasi yang mumpuni dalam aspek sains dan teknologi. Terkhusus pada K-Drama tercatat pada sebagian responden bahwa drama yang mereka tonton memiliki kandungan sains mutakhir dan tentu dapat menjadi ilmu pengetahuan baru bagi mereka, seperti ilmu bisnis pada drama '*Start Up*' dan kedokteran pada drama '*Hospital Playlist 1 & 2*'. Pada industri K-Pop, mereka ahli dalam menggunakan aplikasi jumpa *fans*, aktif media sosial, juga telah berhasil dalam menguasai *chart* musik di seluruh penjuru dunia.

4. *Motivation Impact*

Selain faktor di atas, terdapat faktor berkelanjutan yang juga menjadi alasan untuk menunjukkan impresi baru terhadap *Korean Wave*, yakni pada *motivation impact* yang mereka peroleh dari artis Korea. Dua responden kami giat menggali riwayat hidup atau menonton keseharian idola melalui berbagai media dan mulai mengagumi pribadi, karakter, etos kerja, kinerja hingga religiusitas idolnya. Responden kami dengan inisial R3 (19/F) bahkan juga menyatakan bahwa ia terdorong dan terstimulus untuk mengingat Allah ketika idolanya beribadah.

5. *Social Aspect*

Seperti telah disebutkan pada paragraf awal, para pecinta K-Pop dan K-Drama mencoba saling mempengaruhi dan seringkali bertukar informasi pada lingkup sempit yakni pergaulan atau keluarganya saja. Namun realita yang terjadi telah bertransformasi pada jangkauan yang lebih luas seiring majunya teknologi. Responden 3 (20/F) juga menyatakan jika dengan K-Pop ia dapat mengenal sesama K-Pop dari seluruh dunia, sehingga ia bisa menggunakannya sebagai ajang *sharing* dengan berbagai latar belakang negara, pekerjaan dan kehidupan yang berbeda. Ia juga beranggapan bahwa ia '*lebih disambut baik*' oleh sesama *K-Popers* daripada di kehidupan aslinya.

B. Tingkat Fanatisme

Mengenai K-Drama, mayoritas responden yang telah kami wawancarai menyatakan bahwa mereka menonton K-Drama di waktu luang mereka sebagai hiburan, yaitu ketika tidak ada jadwal kegiatan perkuliahan seperti pada akhir pekan dan masa liburan semester. Ada yang sering menonton K-Drama karena sangat menggemari karakteristik dari K-Drama serta aktor/aktris yang bermain peran di dalamnya dan ada juga yang hanya sekadar menonton saja karena K-Drama itu sempat menjadi perbincangan publik dan menjadi tren di media sosial. Beberapa diantara mereka yang menggemari K-Drama bahkan ada yang rela untuk begadang demi menyelesaikan K-Drama yang mereka tonton, seperti yang dinyatakan oleh R2 (19/F), "*Saya bahkan rela ndak tidur buat namatin 1 drama dalam satu hari yg mana 1 drama ada 16 episode.*"

Sedangkan mengenai K-Pop, kebanyakan dari responden kami mengaku bahwa mereka mendengarkan lagu-lagu K-Pop setiap hari. Seperti halnya K-Drama, ada yang hanya sekadar mendengarkan tanpa mengidolakan penyanyinya, ada pula yang sangat menyukai K-Pop dan mengidolakan penyanyinya hingga menyisihkan sebagian waktunya untuk *update* mengenai hal-hal yang berkaitan dengan K-Pop, seperti pernyataan dari R3 (20/F) mengenai seberapa sering intensitas menikmati K-Pop/K-Drama setiap harinya, "*Minimal sekitar 3 jam setiap harinya. Khususnya kayak buat streaming, vote, lihat konten idol, interaksi sama sesama K-Popers gitu.*" Banyaknya intensitas dalam mengonsumsi konten-konten Korea menjadikan isi konten yang disarankan oleh sistem (algoritma) di media sosial mereka banyak didominasi oleh hal-hal yang berkaitan dengan Korea pula, seperti yang disebutkan oleh R5 (20/F), "*Udah yang kayak setiap hari lihat mereka, bahkan beranda Facebook, Instagram, Youtube, semuanya Korea.*" Media sosial menjadi sarana utama para penggemar K-Pop dan K-Drama untuk memperoleh informasi atau berita terbaru mengenai idola mereka, lagu-lagu yang akan rilis, drama terbaru, dan hal-hal lainnya seputar *Korean Wave*.

Ketertarikan yang besar terhadap produk-produk Korea tersebut (K-Pop dan K-Drama) menyebabkan munculnya keinginan untuk mempelajari dan menguasai lebih dalam mengenai bahasa Korea atau yang biasa disebut dengan *Hangeul*. Lebih dari itu, bahkan ada diantara responden kami yang menyatakan bahwa ia pernah *mengaku-ngaku* menjadi pacar dari penyanyi yang dia idolakan, yang mana hal tersebut merupakan hal yang cukup lumrah menjadi candaan di antara sesama *K-Popers*. Akan tetapi, kegemaran mereka terhadap K-Pop dan K-Drama tidak mendorong mereka untuk membeli pernak-pernik idola mereka seperti album resmi, tiket konser, poster, *photocard* ataupun *lightstick*.

C. Pergeseran Nilai Religius

Ibadah pada dasarnya adalah urusan pribadi manusia dengan Tuhannya, yang mana berdasarkan di dalam hati masing-masing individu dan tentunya tidak bisa dilihat oleh panca indera. Setiap orang memiliki karakter yang berbeda-beda dalam hal ibadah. Para responden kami masih berusaha menyeimbangkan antara kewajiban mereka sebagai mahasiswa juga sebagai hamba Allah yang taat beribadah.

Dari penelitian yang telah dilakukan nampaknya masih banyak yang setuju akan pernyataan "*Korean Wave* menyebabkan para penggemarnya malas menunaikan kewajiban agama". Mereka juga menyadari bahwa *Korean Wave* berdampak pada berbagai hal, yakni dari segi *fashion*, makanan, bahasa, dan kebiasaan. Sikap fanatisme responden bersifat '*lowkey*' dimana mereka tidak ingin menyatakan ketertarikan mereka terhadap Korea secara

lugas. Karena nyatanya fanatisme seseorang terhadap K-Pop dan K-Drama masih dianggap sebagai suatu hal negatif di khalayak rakyat Indonesia. Hal tersebutlah yang membuat para penggemar Korea lebih suka sharing kepada orang-orang terdekat, bukan kepada khalayak umum.

Berdasarkan wawancara pula, para responden menyatakan bahwa mereka sampai menunda salat ketika idola mereka sedang konser dengan alasan tidak ingin ketinggalan penampilan dari idola mereka. Bahkan kekhusyukan mereka dalam shoalt terganggu oleh alur drama yang mereka tonton. Dari sinilah hal negatif yang paling parah mempengaruhi ibadah seseorang hingga seseorang tersebut rela menunda salat yang merupakan kewajiban masing-masing muslim. Sebagian responden juga mengaku meninggalkan salat sunah yang mana sebelumnya sudah menjadi kebiasaan akibat menonton drama Korea.

Tidak hanya dalam hal salat, *Korean Wave* juga berpengaruh terhadap kebiasaan mengaji para responden. Hal ini dinyatakan dari intensitas responden menikmati konten-konten Korea lebih banyak daripada membaca Al-Qur'an atau mengkaji ilmu agama. Responden juga mengaku lebih mendalami sejarah idola atau kebudayaan Korea dibanding dengan ilmu Tarikh Islam dan juga lebih menghafal lagu-lagu Korea daripada lagu-lagu Islami. Bahkan beberapa responden menyatakan bahwa mereka lebih tertarik untuk belajar bahasa Korea dibanding bahasa Arab.

PEMBAHASAN

A. Faktor Dominasi K-Pop dan K-Drama

K-Pop dan K-Drama yang menjadi poros persebaran *Korean Wave* memiliki atensi tinggi dalam dunia hiburan. *Korean Wave* tampak telah memulai strategi pemasaran internasional di tahun 2000-an pada layar kaca Indonesia. Teori yang dilontarkan Ibrahim memang terbukti, bahwa televisi dapat memberi pengaruh besar dalam strategi pemasaran, daripada media massa lain. Strategi marketing melalui media hiburan televisi ternyata cukup efektif. Dalam hitungan dua dekade, pasar Korea telah menjamur dan sangat digemari oleh kalangan masyarakat Indonesia.⁵⁵ Jejak prestasi yang ditorehkan dalam sejarah Korea ini tentu dilatarbelakangi oleh banyak aspek, antara lain :

a) *Quality of Content*

- Konten K-Pop dan K-Drama

Ciri khas utama dari K-Drama ialah jumlah episode yang pendek. Rerata jumlah episode dalam satu serial K-Drama hanya menghabiskan 16/20 episode dengan durasi 60 menit. Terdapat juga yang berjumlah 32 episode dengan durasi 30 menit. Sehingga rekapitulasi durasi yang dihabiskan hanya 16-20 jam. Dengan jumlah episode yang sedikit, tentu akan menghilangkan rasa jenuh atau bosan dari penonton. Berbanding terbalik dengan serial/sinetron Indonesia yang menyentuh angka 1000 lebih episode.⁵⁶ Hal ini tentu sangat

⁵⁵ Ukka, "The Analysis of Popular Culture On Cultural Image: A Case Study Of Korean Wave From Indonesia Fans," 21-27; Karina Amaliantami Putri, "Gaya Hidup Generasi Z Sebagai Penggemar Fanatik Korean Wave" (Universitas Diponegoro Penyusun, 2019), 35.

⁵⁶ Frulyndese K. Simbar, "Fenomena Konsumsi Budaya Korea Pada Anak Muda Di Kota Manado," *Jurnal Holistik* 10, no. 18 (2016): 13, <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/holistik/article/view/14226>; Putri, "Gaya Hidup Generasi Z Sebagai Penggemar Fanatik Korean Wave," 38.

mempengaruhi aspek kreatifitas tim produksi, karena tim hanya menggarap ribuan episode pada satu serial saja tanpa membuat ide cerita baru. Sehingga variasi yang nampak pada serial Indonesia terkesan monoton.

Sedangkan serial drama Korea yang hanya menampilkan 16/20 episode akan terus memproduksi ide cerita baru dengan genre yang berbeda-beda sehingga variasi serial tersebut akan memuaskan segala bentuk selera genre penonton. Di samping itu, hasil dari wawancara kami membuktikan bahwa drama sajian Korea dikemas dengan alur yang *out of the box*, *unpredictable* dan memicu *curiosity* para penonton untuk melanjutkan episode berikutnya. Tak hanya itu, inti dari sebuah drama atau film yang baik ialah tentang pesan moral yang dapat dipetik, sehingga penonton tak hanya menikmati sebuah film sebagai hiburan, namun juga sebagai pelajaran kehidupan yang bisa didapat. Itulah mengapa genre, alur, plot atau *setting* cerita yang digarap diupayakan dapat menyentuh berbagai sudut pandang kehidupan, juga dikemas secara modern sesuai perkembangan zaman, sains dan teknologi.⁵⁷ Hal tersebut terepresentasi dalam serial K-Drama yang menyuguhkan material sains mutakhir dalam dramanya, yaitu Ilmu Bisnis pada drama 'Start Up' (2020) dan Ilmu Kedokteran pada drama 'Hospital Playlist' (2020-2021).

Ciri khas utama K-Pop terwakilkan dalam konsep dari *boyband* dan *girlband* terbilang cukup menarik, mereka identik dengan koreografi *dance* yang unik juga musik yang *ear-catching* dan adiktif untuk didengar.⁵⁸ Telah tercatat bahwa *grupband* K-Pop telah mencapai 96 grup dengan rekapitulasi artis K-Pop berjumlah lebih dari 300 artis.⁵⁹ Dengan banyaknya jumlah tersebut, K-Pop menyediakan berbagai macam genre musik. Artis K-Pop yang menjajaki panggung pun memiliki kredibilitas dan profesionalitas yang tinggi.

- Visualisasi K-Pop dan K-Drama

Mayoritas responden kami sepakat bahwa visualisasi K-Pop dan K-Drama menjadi daya tarik vital. Tak hanya penampilan dan paras aktor/aktris yang menarik, namun pengambilan gambar, properti, *setting background*, komposisi warna, juga kepaduan seluruh komponen dalam film/*music video* dikemas dengan apik. Bahkan, tak sedikit *music video* yang dikomersialkan menggunakan konsep *out of the box*, unik dan memukau. Keseluruhan konten yang diangkat terbilang sangat 'kece'. Teknologi yang digunakan dalam audiovisualpun sudah tidak diragukan lagi, sebagaimana *New Culture Technology* yang telah dikembangkan oleh agensi SM Entertainment. sehingga mereka memang layak bersaing di pasar internasional.⁶⁰

b) *Social Aspect*

Di era digital ini, mayoritas penyebaran *Korean Wave* ialah melalui media, seperti internet (Youtube, Twitter, Instagram), tayangan televisi serta media cetak, dimana semua media massa tersebut sangat mudah dijangkau oleh Generasi Z yang hidup di era digital ini. Dengan sasaran usia penggemar yang berada antara umur 5-24 tahun, remaja sangat

⁵⁷ Putri, "Gaya Hidup Generasi Z Sebagai Penggemar Fanatik Korean Wave," 37; Simbar, "Fenomena Konsumsi Budaya Korea Pada Anak Muda Di Kota Manado," 13.

⁵⁸ Putri, "Gaya Hidup Generasi Z Sebagai Penggemar Fanatik Korean Wave," 48.

⁵⁹ "Daftar Artis K-Pop," accessed December 21, 2021, https://id.wikipedia.org/wiki/Daftar_artis_K-pop.

⁶⁰ Simbar, "Fenomena Konsumsi Budaya Korea Pada Anak Muda Di Kota Manado," 13.

dipengaruhi oleh lingkungan keluarga, teman sebaya, dan masyarakat sekitar. Semakin sering intensitas yang terjalin, maka mereka semakin berusaha menyamakan minat dan kegemaran pada lingkungan tersebut. Salah satunya adalah minat terhadap budaya K-pop dan K-Drama yang sedang booming saat ini. Terbukti pada aspek sosial responden kami di lingkup keluarga dan pertemanan mereka yang juga membuka akses untuk konten hiburan Korea jadi kian *hot*.⁶¹

Tak hanya itu, para pecinta K-Pop dan K-Drama yang memiliki idola yang sama mencoba saling mempengaruhi dan seringkali bertukar informasi pada lingkungannya. Tak hanya pada keluarga dan pertemanan saja, namun realita yang terjadi telah bertransformasi pada jangkauan yang lebih luas seiring majunya teknologi. Bahkan *fandom* resmi K-Pop telah menjangkau *fans* di berbagai penjuru dunia. Dalam fungsinya sendiri *fandom* K-Pop berfungsi sebagai identitas kelompok, menambah relasi antar penggemar, tempat mendapatkan hiburan dari segala tekanan hidup, tempat bertukar informasi, dan menjadi wadah untuk mendukung idola.⁶² Hal ini sesuai dengan pernyataan reponden kami yang menggunakan *fandom* K-Pop sebagai ajang *sharing* antar sesama *K-Popers*.

c) *Phycology Impact*

Jika memandang dalam sisi positif, tiap penikmat K-Pop atau K-Drama menganggap musik dan drama Korea sebagai sarana penghilang stres, pelepasan emosi, juga sebagai peningkat *mood*. Tak sedikit pula mereka yang mendapatkan motivasi dari idolanya dalam ranah etos kerja, kepribadian, bahkan ketaatan dalam reigiusitas mereka.⁶³

d) *Global Market Standart*

Pasar internasional berkembang seiring dengan berkembangnya sains dan teknologi, liberalisasi, lembaga bisnis, dan persaingan global. Dalam industri hiburan pun, strategi untuk menaklukan pasar global harus dikonsep secara matang. Pada tahun 2016 SM Entertainment mengembangkan *New Culture Technology* yang merupakan sebuah strategi yang dibuat oleh SM Entertainment untuk memasarkan produk-produknya seperti musik, drama, film, *games*, *fashion*, dan sebagainya ke pasar domestik maupun luar negeri melalui perkembangan teknologi.⁶⁴ Salah satu sarana SM Entertainment mem-*branding* produknya ialah berfokus pada *fanservice* yaitu produksi album fisik, lagu digital, *merchandise* resmi, konser, dukungan produk, dan bahkan pendaftaran *fansclub* resmi. Mereka juga menjalin kerjasama dengan komposer dan koreografer ternama di seluruh dunia.⁶⁵

B. Tingkat Fanatisme Mahasiswa PAI UIN Malang Terhadap K-Pop dan K-Drama

⁶¹ Dzakkiyah Nisrina et al., "Dampak Konsumerisme Budaya Korea (Kpop) Di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Malang," *Jurnal Penelitian Humaniora* 21, No. 1 (2020): 82.

⁶² Carlina Putri Wardani, "Fungsi Komunitas K-Pop Sebagai Wadah Para Penggemarnya" (Universitas Airlangga, 2014), viii.

⁶³ Ida Ri'aeni, "Pengaruh Budaya Korea (K-Pop) Terhadap Remaja Di Kota Cirebon," *Communications* 1, no. 1 (2019): 15, <https://doi.org/10.21009/communications.1.1.1>.

⁶⁴ Regina Cahyani Sipayo, "Strategi SM Entertainment Dalam Mengembangkan New Culture Technology Di Pasar China" (Universitas Bosowa Makassar, 2020), 31.

⁶⁵ Regina Cahyani Sipayo, 50–53.

Dengan berkembang pesatnya teknologi, informasi mudah sekali untuk didapatkan dan disebarluaskan melalui internet. Hal ini menimbulkan pandangan bahwa internet menjadi salah satu kebutuhan primer bagi masyarakat modern. Generasi yang tumbuh di era modern ini sangat mudah sekali untuk mengakses berbagai hal di internet. Masuknya budaya-budaya asing di Indonesia, terutama budaya Korea Selatan, memungkinkan munculnya sifat fanatik terhadap budaya tersebut yang kemudian dapat memengaruhi pola atau gaya hidup para penggemarnya.⁶⁶ Wujud fanatisme terhadap K-Pop dan K-Drama tampak dalam bentuk perilaku-perilaku fanatik yang dapat terlihat dari intensitas waktu penggemar mengonsumsi konten-konten Korea dan bagaimana pandangan mereka terhadap idola.⁶⁷

Dalam penelitian kali ini, pengukuran tingkat fanatisme diukur menggunakan beberapa indikator yang menjadi unsur-unsur tahapan dari fanatisme sebagaimana yang dikutip oleh Putri berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Seregina, Koivisto dan Mattila. Beberapa indikator tersebut adalah sebagai berikut:⁶⁸

1. Menjadi penggemar karena keinginan sendiri tanpa ada paksaan dari orang lain.
2. Menjadi penggemar dengan orang lain
Yaitu seseorang yang menjadi penggemar idola dengan keinginan memiliki teman-teman yang memiliki kesamaan dengannya dalam hal kesukaan. Dia mengikuti kelompok penggemar dan aktif berkomunikasi dengan mereka mengenai idola yang mereka gemari.
3. Menghabiskan banyak waktu untuk hal-hal yang kurang bermanfaat
Mereka tidak memikirkan betapa banyaknya waktu yang terbuang sia-sia ketika mereka mengonsumsi konten-konten Korea. Hal ini dapat terjadi karena keinginan mereka sangat besar untuk melihat idol ataupun mengikuti alur cerita drama. Akibatnya, mereka lupa belajar, istirahat, dan mengerjakan hal-hal yang seharusnya mereka lakukan hanya demi maraton menonton K-Drama. Mereka bahkan rela membeli kuota internet yang banyak untuk mengakses konten-konten Korea dan menghabiskan uang untuk membeli pernak-pernik idola yang tidak bermanfaat.
4. Timbulnya keinginan meniru sesuatu yang ia sukai secara berlebihan
Keinginan tersebut disebabkan oleh pengaruh dari tayangan-tayangan konten Korea yang menjadi tren dan menarik perhatian banyak orang. Mereka ingin meniru idola mereka karena tingkat pengagungan mereka terhadap para idolanya sangat tinggi sampai timbul keinginan yang kuat agar gaya bicara dan segala perilaku mereka sesuai dengan orang yang mereka kagumi.

Berdasarkan informasi yang didapat dari responden, diperoleh data bahwa rata-rata dari mereka mengenal K-Pop dan K-Drama dari teman sebaya, keluarga, dan tren di media sosial. Kemudian mereka mulai mencoba untuk mengonsumsi konten Korea sendiri tanpa ada paksaan dari siapapun. Ketertarikan mereka terhadap K-Pop dan K-Drama terus berlanjut karena kualitas dari konten-konten tersebut bagus dan menarik. Hal ini sesuai

⁶⁶ Karina Amaliantami Putri and Mulyo Hadi Purnomo, "Korean Wave Dalam Fanatisme Dan Konstruksi Gaya Hidup Generasi Z" 14, no. 1 (2019): 127.

⁶⁷ Situmorang, "Tingkat Fanatisme Penggemar Musik Pop Korea (K-Popers) Terhadap Budaya K-Pop Pada Komunitas EXO-L Pekanbaru," 9.

⁶⁸ Putri, "Dampak Korea Wave Terhadap Prilaku Remaja Di Era Globalisasi," 45–46.

dengan penelitian yang dilakukan oleh Putri, Amirudin, dan Purnomo yang menyatakan bahwa rasa candu dalam menikmati konten Korea berawal dari kekaguman terhadap K-Pop dan K-Drama.⁶⁹ Beberapa dari responden penelitian kami ada yang tergabung dalam kelompok-kelompok sesama *fans* di media sosial dan aktif berinteraksi dengan teman-teman dalam *fanbase* tersebut setiap hari.

Terkait intensitas waktu yang digunakan untuk mengonsumsi konten Korea, mayoritas dari responden kami menyatakan bahwa mereka mendengarkan lagu-lagu K-Pop setiap hari untuk menemani belajar, menyapu, dan aktivitas lainnya. Sedangkan untuk K-Drama, mereka menontonnya ketika hari libur kuliah agar tidak mengganggu mereka dalam mengerjakan tugas-tugas perkuliahan. Akan tetapi, sebagian dari mereka mengaku bahwa mereka tak jarang menonton K-Drama dengan cara maraton, yaitu menonton berjam-jam tanpa henti bahkan sampai rela begadang untuk menghabiskan episode dari K-Drama tersebut. Menurut Prasanti dan Dewi, perilaku menonton drama dengan cara maraton ini telah menjadi suatu kebiasaan yang sering dilakukan oleh para penggemar K-Drama. Hal ini karena rata-rata jumlah episode K-Drama adalah 16 episode dan durasi setiap episode adalah sekitar 60 menit. Drama tersebut seharusnya tayang selama dua kali dalam seminggu, akan tetapi para penggemar K-Drama terkadang menunggu hingga drama tersebut selesai dan menonton seluruh episodenya sekaligus atau yang biasa disebut dengan istilah maraton drama.⁷⁰

Salah satu responden kami, R3 (20/F), menyatakan bahwa ia menyisihkan waktu khusus minimal 3 jam setiap harinya untuk menikmati konten Korea dan berinteraksi dengan sesama *K-Popers*. Pernyataan tersebut menerangkan bahwa R3 (20/F) dapat dikategorikan memiliki tingkat fanatisme yang cukup tinggi terhadap K-Pop jika dilihat dari sudut pandang intensitas waktu konsumsinya. K-Pop seakan-akan telah menjadi salah satu bagian dari kehidupannya sehari-harinya. Akan tetapi tidak ada di antara responden kami yang menyatakan bahwa ia membeli pernak-pernik idola Korea sebagai koleksi ataupun membeli konser tiket yang relatif mahal. Mereka menyadari bahwa hal tersebut merupakan pemborosan uang dan memilih untuk menggunakan uang yang mereka miliki untuk hal-hal lain yang lebih berguna.

Responden kami tidak memiliki keinginan yang tinggi mengenai peniruan idola dari segi *fashion* ataupun perilaku, akan tetapi beberapa dari mereka menyatakan bahwa mereka tertarik untuk belajar bahasa Korea (*Hangeul*). Dari data tersebut, dapat diketahui bahwa tingkat fanatisme mereka dari segi peniruan idola tergolong rendah, meskipun ada satu di antara mereka yang menyatakan bahwa ia pernah *mengaku-ngaku* menjadi pacar dari penyanyi yang dia idolakan, tetapi hal itu tidak ia katakan secara serius melainkan hanya sebagai candaan saja di kalangan sesama *K-Popers*.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tingkat fanatisme *fans* K-Pop dan K-Drama pada mahasiswa PAI UIN Malang tergolong dalam kategori sedang. Meskipun terdapat beberapa dari mereka yang rela menghabiskan banyak waktu mereka untuk mengonsumsi konten-konten Korea akan tetapi mereka masih memiliki kesadaran untuk

⁶⁹ Putri and Purnomo, "Korean Wave Dalam Fanatisme Dan Konstruksi Gaya Hidup Generasi Z," 131.

⁷⁰ Rahayu Putri Prasanti and Ade Irma Nurmala Dewi, "Dampak Drama Korea (Korean Wave) Terhadap Pendidikan Remaja," *Lectura: Jurnal Pendidikan*, 11, no. 2 (2020): 266.

mengerjakan kewajiban mereka sebagai mahasiswa, yakni belajar. Mereka hanya sekedar menggemari penyanyi/aktor/aktris Korea sebagai hiburan saja tanpa mengagung-agungkan mereka sebagai panutan dalam setiap tingkah laku.

C. Pergeseran Nilai Religius Mahasiswa PAI Akibat K-Pop dan K-Drama

Nilai religius pada setiap individu tentu memiliki garis hubungan langsung pada Tuhannya, namun berbeda kasusnya jika mengacu pada Mahasiswa Pendidikan Agama Islam. Sebagai calon pendidik sekaligus pengajar agama, ia tak bisa mengesampingkan nilai religious yang ada dalam dirinya alih-alih hanya berpikir untuk mentransfer ilmu agama tanpa merefleksikannya pada kehidupan sehari – hari. Ia bertindak sebagai hamba yang taat juga sebagai pendakwah yang unggul, Peran mereka sebagai *Ulul Albab, Al-Ulama', Al-Muzakki, Ahl Ad-Dzikr, Ar-Raskhun fi 'Ilm* haruslah tampak dan dilaksanakan secara konsekuen guna mentransmisikan ilmu dan nilai Islam pada peserta didik.⁷¹

Namun berdasarkan realita yang terjadi, terdapat fenomena ganjil dimana segelintir mahasiswa PAI tergeser nilai religiusitasnya akibat faktor eksternal, yaitu Korean wave, tepatnya K-Pop dan K-Drama. Dari beberapa indikator yang disajikan, hasil dari penelitian kami menunjukkan bahwa mereka mengalami fanatisme level sedang dalam menikmati K-Pop dan K-Drama, walau belum mencapai level *Celebrity Worship Syndrome*, namun beberapa pergeseran yang terjadi seperti intensitas membaca Al-Qur'an, sholat sunnah, bahkan ketepatan waktu sholat *maktubah* dan kekhusyu'an sholat yang terganggu akibat menikmati K-Pop dan K-Drama tentu bukan cerminan guru sebagai *Ahl Al-Dzikr*.

Sebagaimana guru yang digugu dan ditiru, kebiasaan sehari – hari pun akan menjadi bahan ajar guru PAI pada peserta didik.⁷² Ketertarikan guru terhadap suatu hal, juga menjadi sorotan. Responden kami menyatakan bahwa mereka suka menghabiskan berjam – jam untuk “marathon drama” dan “*fangirling*”, maka tanpa disadari mereka tertelan oleh dominasi K-Pop dan K-Drama tersebut. Jika mereka memiliki dominasi ketertarikan pada budaya lain, alih – alih menyenangi lagu religi/islami, senantiasa mengamalkan amaliyah budaya Islam dan meningkatkan semangatnya dalam keilmuan Islam sebagai agama dan objek pekerjaannya, maka perannya sebagai *al-Muzakki* tidak akan mendapati hasil maksimal.

Tak hanya itu, pergeseran yang terjadi juga terlihat pada mereka yang lebih dominan menyelami sejarah idola dari pada idola mutlak kita sebagai umat Islam yakni, Nabi Muhammad. Tentu jadi hal yang riskan apabila mereka sebagai calon guru Agama Islam tidak giat mendalami ilmu agama. Selain itu *figure* mereka sebagai *Al-Ulama'* akan bergeser jika terus menerus mengabaikan ilmu agama yang digantikan dengan mengkonsumsi konten Korea secara berlebih. Dalam hukum Islam sendiri seni memiliki hukum *mubah*, namun ia juga bisa menjadi hukum *makruh* bahkan haram jika mudhorotnya besar.⁷³ Maka

⁷¹ Purwaningsih and Mulyandari, “Profesionalisme Guru Dalam Perspektif Islam,” 66–67.

⁷² Siti Suwaibatul Aslamiyah, “PROFESIONALISME GURU DALAM PERSPEKTIF ISLAM,” *Akademika* 10, no. 2 (2016): 160, <http://www.bssaonline.org/content/95/6/2373%5Cnhttp://www.bssaonline.org/content/95/6/2373.short%0Ahttp://www.bssaonline.org/cgi/doi/10.1785/0120110286%0Ahttp://gji.oxfordjournals.org/cgi/doi/10.1093/gji/ggv142%0Ahttp://link.springer.com/10.1007/s00024-01.>

⁷³ Amsori Amsori, “Al-Ahkam Al-Khams Sebagai Klasifikasi Dan Kerangka Nalar Normatif Hukum Islam: Teori Dan Perbandingan,” *Palar | Pakuan Law Review* 3, no. 1 (2017): 48, <https://doi.org/10.33751/v3i1.400;>

dari itu, apabila penikmat seni menjadi terlena dan abai terhadap kewajiban mereka sebagai hamba Allah, tentu aktivitas seni tersebut bisa mendekati hukum haram.

KESIMPULAN

Korean wave yang mewabah khususnya K-Pop dan K-Drama, dalam realitanya telah berdampak pada religiusitas penggemar, tak terkecuali Mahasiswa PAI. Beberapa sikap Mahasiswa PAI yang mengaku sebagai penikmat konten mereka ternyata telah bergeser dari standar kompetensi mereka sebagai calon guru agama Islam.

Pada dasarnya jika hanya menikmati konten Korea untuk hiburan di waktu luang tanpa mengagung-agungkan budaya dan idola Korea, maka itu bukan termasuk dalam kategori fanatisme tingkat tinggi. Sebagian besar dari responden kami hanya mengonsumsi konten Korea sebagai teman belajar atau teman dalam mengerjakan kegiatan rumah lainnya. Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa tingkat fanatisme penggemar K-Pop dan K-Drama pada mahasiswa PAI UIN Malang tergolong dalam kategori sedang.

Walaupun tidak absolut menyebabkan fanatisme yang berlebih, namun beberapa pergeseran religiusitas yang nampak tidak patut dibenarkan. Perlu diketahui lagi bahwa kesenian atau konten Korea yang memang hanya sebuah hiburan memiliki hukum *mubah/jaiz* dalam Islam, namun ia dapat bergeser kepada hukum makruh dan haram jika menyebabkan banyak *kemudhorot-an*.

Selain untuk menyibak fenomena pergeseran religius yang terjadi, diharapkan karya ini dapat menjadi korektor dalam pengembangan media dakwah kaum muslimin, agar bisa memenuhi standar kepuasan konsumen dan kebutuhan pasar nasional/internasional.

REFERENSI

- Aisyah, Siti. "Pengaruh Budaya Korean Populer Di Media Sosial Terhadap Perilaku Keagamaan Islam Remaja Kota Jakarta Tahun 2021 M / 1442 H." UNIVERSITAS ISLAM NEGERI JAKARTA, 2021.
- Almu'tasim, Amru. "Penciptaan Budaya Religius Perguruab Tinggi Islam (Berkaca Nilai Religius UIN Maulana Malik Ibrahim Malang)." *J-PAI: Jurnal Pendidikan Agama Islam* 3, no. 1 (2016): 105–20. <https://doi.org/10.18860/jpai.v3i1.3994>.
- Amsori, Amsori. "Al-Ahkam Al-Khams Sebagai Klasifikasi Dan Kerangka Nalar Normatif Hukum Islam: Teori Dan Perbandingan." *Palar | Pakuan Law Review* 3, no. 1 (2017): 33–55. <https://doi.org/10.33751/.v3i1.400>.
- Anwar, Ratih Pratiwi. "The Effect of Korean Wave on Young Generation and Creative Industry in Indonesia." *Modern Society and Multiculturalism* 4, no. 2 (2014): 65–89.

- Aslamiyah, Siti Suwaibatul. "PROFESIONALISME GURU DALAM PERSPEKTIF ISLAM." *Akademika* 10, no. 2 (2016): 173–87. <http://www.bssaonline.org/content/95/6/2373%5Cnhttp://www.bssaonline.org/content/95/6/2373.short%0Ahttp://www.bssaonline.org/cgi/doi/10.1785/0120110286%0Ahttp://gji.oxfordjournals.org/cgi/doi/10.1093/gji/ggv142%0Ahttp://link.springer.com/10.1007/s00024-01.>
- Badry, Intan Mayang Sahni, and Rini Rahman. "Upaya Guru Pendidikan Agama Islam Dalam Menanamkan Nilai Karakter Religius." *An-Nuha* 1, no. 4 (2021): 573–83. <https://doi.org/10.24036/annuha.v1i4.135>.
- Benu, Juliana Marlin Y, Theodora Takalapeta, and Yustina Nabit. "Perilaku Celebrity Worship Pada Remaja Perempuan." *Journal of Health and Behavioral Science* 1, no. 1 (2019): 13–25. <https://doi.org/10.35508/jhbs.v1i1.2078>.
- "Daftar Artis K-Pop." Accessed December 21, 2021. https://id.wikipedia.org/wiki/Daftar_artis_K-pop.
- "Distribution of K-Pop Views on YouTube Worldwide as of June 2019, by Country." Accessed December 21, 2021. <https://www.statista.com/statistics/1106704/south-Korea-kpop-youtube-views-by-country/>.
- Dwiana, Ressi. "Korean Wave, Imperialisme Budaya, Dan Komersialisasi Media." *Jurnal Komunikasi* 6, no. 1 (December 2016): 41–51. <https://doi.org/10.24912/JK.V6I1.23>.
- Edi, Fandi Rosi Sarwo. *Teori Wawancara Psikodignostik*. Yogyakarta: PT Leutika Nouvalitera, 2016.
- Endang Widi Winarni. *Teori Dan Praktik Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Penelitian Tindakan Kelas (PTK), Research and Development (R&D)*. Jakarta: Bumi Aksara, 2018.
- Erda, Mira. "The Evolution Of Fandom Culture Of K-Drama." Navrachana University, 2021.
- Fachrosi, Erlyani, Dwi Tia Fani, Rafika Fadhila Lubis, Nadya Bella Aritonang, Nur Azizah, Dicky Reza Saragih, and Fakhrul Malik. "Dinamika Fanatisme Penggemar K-Pop Pada Komunitas BTS-Army Medan." *Jurnal Diversita* 6, no. 2 (December 2020): 194–201. <https://doi.org/10.31289/diversita.v6i2.3782>.
- Kemdikbud. "KBBI Daring," n.d.
- Kemendikbud. "KBBI Daring." Accessed December 21, 2021. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/>.
- Korean Culture and Information Service South Korea. *K-Drama: A New TV Genre with Global Appeal*. Seoul: Ministry of Culture, Sports and Tourism, 2011.
- Larasati, Dinda. "Globalization on Culture and Identity: Pengaruh Dan Eksistensi Hallyu (Korean-Wave) Versus Westernisasi Di Indonesia." *Jurnal Hubungan Internasional* 11, no. 1 (November 2018): 109–20. <https://doi.org/10.20473/JHI.V11I1.8749>.
- Lee, Sangjoon, and Abé Markus Nornes. *Hallyu 2.0: The Korean Wave in the Age of Social Media*. California: University of Michigan Press, 2018.

- Ma'ruf, M. "Hubungan Budaya Religius Dengan Proses Pembelajaran PAI Di SMPN 1 Nguling." *Jurnal Studi Islam* 15, no. 1 (2020): 137–53.
- Nisrina, Dzakkiyah, Incka Aprillia Widodo, Indah Bunga Larassari, Fikri Rahmaji, Galuh Kinanthi, and Herhayyu Adi. "DAMPAK KONSUMERISME BUDAYA KOREA (KPOP) DI KALANGAN MAHASISWA FAKULTAS ILMU SOSIAL UNIVERSITAS NEGERI MALANG." *Jurnal Penelitian Humaniora* 21, no. 1 (2020): 78–88.
- Nurhani, Patria, and Riza Noer Arfani. "Korean Pop Music Sebagai Diplomasi Publik Korea Selatan Di Indonesia." Universitas Gajah Mada, 2013.
- Pamungkas, Galih Adie. "Gaya Hidup Hypebeast Di Kalangan Remaja Kota Bandung." UNIVERSITAS PASUNDAN BANDUNG, 2018.
- Pertiwi, Sella Ayu. "Konformitas Dan Fanatisme Pada Remaja Korean Wave." *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi* 1, no. 2 (April 2013).
- Prasanti, Rahayu Putri, and Ade Irma Nurmala Dewi. "Dampak Drama Korea (Korean Wave) Terhadap Pendidikan Remaja." *Lectura: Jurnal Pendidikan*, 11, no. 2 (2020).
- Purwaningsih, Rahma Fitria, and Atika Muliyardari. "Profesionalisme Guru Dalam Perspektif Islam." *Ngaji: Jurnal Pendidikan Islam* 1, no. 1 (2021): 61–71. <https://doi.org/10.30736/akademika.v10i2.17>.
- Putri, Idola Perdini, Farah Dhiba Putri Liany, and Reni Nuraeni. "K-Drama Dan Penyebaran Korean Wave Di Indonesia." *ProTVF* 3, no. 1 (2019): 68–80.
- Putri, Karina Amaliantami. "Gaya Hidup Generasi Z Sebagai Penggemar Fanatik Korean Wave." Universitas Diponegoro Penyusun, 2019.
- Putri, Karina Amaliantami, and Mulyo Hadi Purnomo. "Korean Wave Dalam Fanatisme Dan Konstruksi Gaya Hidup Generasi Z" 14, no. 1 (2019): 125–35.
- Putri, Lisa Anggraini. "Dampak Korea Wave Terhadap Prilaku Remaja Di Era Globalisasi." *Al-Ittizaan: Jurnal Bimbingan Konseling Islam* 3, no. 1 (2020): 42. <https://doi.org/10.24014/0.8710187>.
- Rahmat, Pupu Saeful. "Penelitian Kualitatif." *EQUILIBRIUM* 5, no. 9 (2009).
- Regina Cahyani Sipayo. "Strategi SM Entertainment Dalam Mengembangkan New Culture Technology Di Pasar China." UNIVERSITAS BOSOWA MAKASSAR, 2020.
- Ri'aeni, Ida. "Pengaruh Budaya Korea (K-Pop) Terhadap Remaja Di Kota Cirebon." *Communications* 1, no. 1 (2019): 1–25. <https://doi.org/10.21009/communications.1.1.1>.
- Risa, Ilma A'inur. "Peran Guru Pendidikan Agama Islam (PAI) Dalam Menanamkan Karakter Religius Peserta Dalam Menanamkan Karakter Religius Peserta Didik Di Madrasah Tsanawiyah Negeri 7." Institut Agam Islam Negeri Tulungagung, 2021.
- Rivaldi, Riyan. "Upaya Dosen PAI Dalam Membina Religiusitas Mahasiswa Prodi Pai Angkatan 2017 Uin Ar-Raniry Banda Aceh." UNIVERSITAS ISLAMNEGERI AR-

- Safitri, Auriza. "Pengaruh Korean Pop Terhadap Perubahan Nilai Spiritual Pda Penggemar Komunitas A.R.M.Y Banda Aceh." UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY DARUSSALAM- BANDA ACEH 2020, 2020.
- Simbar, Frulyndese K. "Fenomena Konsumsi Budaya Korea Pada Anak Muda Di Kota Manado." *Jurnal Holistik* 10, no. 18 (2016): 1–20. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/holistik/article/view/14226>.
- Situmorang, Naomi. "Tingkat Fanatisme Penggemar Musik Pop Korea (K-Popers) Terhadap Budaya K-Pop Pada Komunitas EXO-L Pekanbaru." *JOM FISIP* 7, no. 2 (2020): 1–14.
- Somantri, Gumilar Rusliwa. "Memahami Metode Kualitatif." *Makara Seri SosialHumaniora* 9, no. 2 (2005): 57–65. <https://doi.org/10.7454/mssh.v9i2.122>.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&d Dan Penelitian Pendidikan)*. Metode Penelitian Pendidikan. Bandung: Alfabeta, 2019.
- Sujati, Budi. "Sejarah Perkembangan Globalisasi Dalam Dunia Islam." *NALAR: Jurnal Peradaban Dan Pemikiran Islam* 2, no. 2 (2018): 98. <https://doi.org/10.23971/njppi.v2i2.969>.
- "Takjub Sangat Ni Kenapa Ada Yang Wujudkan Agama BTS Sebab Terlalu Taksub Dengan K-Pop," 2020. <https://babab.net/artikel/taksub-sangat-ni-kenapa-ada-yang-wujudkan-agama-bts-sebab-terlalu-taksub-dengan-k-pop.html>.
- Ukka, Ibrahim T I. "The Analysis of Popular Culture On Cultural Image: A Case Study Of Korean Wave From Indonesia Fans." *International Journal of Applied Research in Social Sciences* 1, no. 6 (2019): 221–27. <https://doi.org/10.51594/IJARSS.V1I6.72>.
- Umro, Jakaria, Dosen Stit, and Pgri Pasuruan. "Penanaman Nilai-Nilai Religius Di Sekolah Yang Berbasis Multikultural." *Jurnal Al-Makrifat* 3, no. 2 (2018).
- Wahyudi, Amien. "Iman Dan Taqwa Bagi Guru Bimbingan Dan Konseling." *Jurnal Fokus Konseling* 2, no. 2 (2016): 89–98.
- Wardani, Carlina Putri. "Fungsi Komunitas K-Pop Sebagai Wadah Para Penggemarnya." Universitas Airlangga, 2014.
- Widarti. "Konformitas Dan Fanatisme Remaja Kepada Korean Wave (Studi Kasus Pada Komunitas Penggemar Grup Musik CN Blue)." *Jurnal Komunikasi* 7, no. 2 (2016): 12–18.
- Yulianti, Yulianti, Stephani Raihana Hamdan, Dian Widya Putri, and Dian Widya Putri. "Penguatan Nilai-Nilai Religius Di Perguruan Tinggi." *Mediator: Jurnal Komunikasi* 11, no. 2 (December 2018): 177–87. <https://doi.org/10.29313/MEDIATOR.V11I2.3978>.
- Zakiyah, Qiqi Yuliaty, and A. Rusdiana. *Pendidikan Nilai Kajian Teori Dan Praktik Di Sekolah*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2014.