

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian ini mengenai persepsi penggemar musik K-Pop BTS “ARMY” terhadap Noraebang (karaoke) dan selera musik di Yogyakarta dapat disimpulkan bahwa menurut pandangan penggemar BTS atau ARMY di Yogyakarta, Noraebang merupakan tempat yang sangat positif untuk mengekspresikan diri mereka melalui musik, khususnya lagu-lagu BTS. Noraebang bagi ARMY bukan hanya sebagai tempat hiburan, tetapi juga menjadi ruang untuk melepas stres, karena menurut mereka lagu-lagu K-Pop khususnya pada lagu-lagu BTS memiliki beat yang energik dan lirik-liriknya memiliki makna yang inspiratif dalam kehidupan mereka. Noraebang juga dapat mempererat hubungan sosial dengan sesama ARMY, serta memperkuat ikatan sosial dan identitas musikal mereka melalui lagu-lagu BTS.

Selera musik ARMY yang mengikuti Noraebang umumnya tetap berfokus pada musik K-Pop, terutama lagu-lagu BTS, akan tetapi mereka tidak menutup diri mereka untuk menikmati lagu dari grup band K-Pop lainnya. Berdasarkan hasil pengamatan, dapat disimpulkan bahwa Noraebang berperan penting dalam memperkuat kecintaan penggemar BTS ARMY terhadap K-Pop. Selain itu, Noraebang juga membuka peluang bagi mereka untuk memperluas preferensi musik. Para partisipan setuju bahwa aktivitas Noraebang dapat memengaruhi selera musik mereka, membuat mereka lebih terbuka terhadap genre dan lagu baru. Mereka cenderung menyukai lagu baru yang pertama kali didengar jika sesuai

dengan selera pribadi. Beberapa partisipan yang mengidentifikasi diri sebagai pendengar kasual yaitu, mereka yang menikmati musik secara santai tanpa keterlibatan mendalam dalam komunitas penggemar atau keinginan untuk mempelajari lebih lanjut tentang grup tertentu mengakui bahwa mereka mudah terpengaruh oleh lingkungan Noraebang. Meskipun partisipan tetap setia mendengarkan dan menyanyikan lagu-lagu BTS, mereka juga menikmati lagu-lagu K-Pop dari artis atau grup lain saat Noraebang tanpa merasa perlu untuk mencari tahu lebih dalam tentang musisi tersebut. Ini menunjukkan bahwa Noraebang berhasil memperkaya selera musik penggemar K-Pop, khususnya BTS ARMY, dengan memperkenalkan mereka pada keragaman musik K-Pop lainnya.

Selain itu, faktor-faktor seperti keinginan untuk menghilangkan stres, mencari hiburan, membangun relasi sosial, mengekspresikan diri, serta ketertarikan terhadap budaya Korea menjadi alasan utama mereka mengikuti kegiatan ini. Dengan demikian, Noraebang memiliki peran penting dalam pengalaman musikal ARMY, tidak hanya sebagai ruang ekspresi musik, tetapi juga sebagai alat untuk memperkuat hubungan musikal antar anggota komunitas penggemar BTS.

B. Saran

Saran untuk peneliti selanjutnya adalah agar dapat memperdalam pemahaman tentang dampak musik K-Pop, terhadap perkembangan keterampilan musik individu dalam konteks Noraebang. Selain itu, disarankan untuk mengeksplorasi hubungan antara preferensi genre musik yang dipilih di noraebang

dan kemampuan teknis bernyanyi para penggemar, serta bagaimana hal ini mempengaruhi pandangan mereka terhadap kualitas musik. Saran untuk pengelola kegiatan Noraebang adalah memperbanyak kegiatan Noraebang di daerah Yogyakarta agar para penggemar yang tinggal di Yogyakarta tidak perlu mengunjungi lokasi kegiatan Noraebang yang jauh dari tempat mereka. Saran untuk para musisi dan pencipta lagu selanjutnya yang terinspirasi dengan musik K-Pop terutama penikmat lagu BTS, dapat menciptakan karya yang tidak hanya menarik dari segi musikalitas tetapi juga dari segi lirik yang menyentuh emosi.



DAFTAR PUSTAKA

- Bourdieu, P. (1979). *Distinction: A social Critique of The Judgement of Taste*. (H. U. Press, Penyunt., & R. Nice, Penerj.) Paris, France: Les Editions de Minuit, Paris.
- Bourdieu, P., & Nice, R. (2012). Distinction: A social critique of the judgement of taste. *Food and Culture: A Reader*, 31–39. <https://doi.org/10.4324/9780203079751-11>
- Creswell, J. (2020). *Riset Pendidikan: Perencanaan, Pelaksanaan, Dan Evaluasi Riset Kualitatif Dan Kuantitatif*. Pustaka Pelajar.
- Clark, A. B., & Lonsdale, A. J. (2023). Music preference, social identity, and collective self-esteem. *Psychology of Music*, 51(4), 1119–1131. <https://doi.org/10.1177/03057356221126202>
- De Fretes, D. (2020). Identitas Kebangsaan Dalam Pusaran Musik Global: Studi Preferensi Musik Di Yogyakarta. In M. Susanto, M. K. A. Rozaq, & Z. Maryani (Eds.), *Kreativitas & Kebangsaan: Seni Menuju Paruh Abad XXI-36 Prosiding Seminar Dies Natalis Ke-36 Isi Yogyakarta* (pp. 391–402). Badan Penerbit Isi Yogyakarta.
- Fatmi, S. (2022). *Gaya Hidup Komunitas Korean Pop Di Kota Bandar Lampung (Studi pada Komunitas ARMY di Kota Bandar Lampung)*. <http://digilib.unila.ac.id/66566/>
- Kim, P., & Hutt, E. (2021). K-pop as a Social Movement: Case Study of BTS and Their Fandom ARMY. *Journal of Student Research*, 10(3), 1–15. <https://doi.org/10.47611/jsrhs.v10i3.1772>
- Kusuma, A., Putri Purbantina, A., Nahdiyah, V., & Khasanah, U. U. (2020). A Virtual Ethnography Study: Fandom and Social Impact in Digital Era. *ETNOSIA : Jurnal Etnografi Indonesia*, 5(2), 238–251. <https://doi.org/10.31947/etnosia.v5i2.10898>
- Leung, S. (2012). Catching the K-Pop Wave: Globality in the Production, Distribution, and Consumption of South Korean Popular Music [Senior Capstone Projects]. In *Senior Capstone Projects (Digital WIndow)*. http://digitalwindow.vassar.edu/senior_capstone
- Lie, J. (2012). What is the K in K-pop? South Korean popular music, the culture industry, and National Identity. *Korea Observer*, 43(3), 339–363.
- Lim, S., Seetaram, N., Hosany, S., & Li, M. (2023). Consumption of pop culture

- and tourism demand: Through the lens of herding behaviour. *Annals of Tourism Research*, 99, 103531. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2023.103531>
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (edisi revisi). Remaja Rosdakarya.
- Peacocke, C. (2009). The perception of music: Sources of significance. *British Journal of Aesthetics*, 49(3), 257–275. <https://doi.org/10.1093/aesthj/ayp016>
- Rosalin, & Tjiptono. (2013). Motivasi Dan Perilaku Penggemar K-Pop Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Modus*, 23(1), 2013. www.allkpop.com,
- Sitowati, I. (2010). Relevansi Selera Musik Klasik Dan Kelas Sosial. *Jurnal Musik*, 2(1), 16. <http://repository.uksw.edu/handle/123456789/2813>
- Sobur, A. (2016). *Psikologi Umum, Edisi Revisi*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sumardiono, N. (2022). Komodifikasi Fandom: Studi Pada Penggunaan Media Digital Fandom Boyband Bts Di Indonesia. *Komuniti : Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 14(1), 44–68. <https://doi.org/10.23917/komuniti.v14i1.16602>
- Syafikarani & Nastiti. (2020). *Study Ide (Ologi) Brand In “Seoul City” Tvc To*. 1(October), 430–436.
- Tandy, A. C. H., & Handoyo, R. D. (2024). The Impact of Korean Wave on South Korea’s Export of Consumer Goods to ASEAN-5 Country. *Journal of Developing Economies*, 9(1), 27–36. <https://doi.org/10.20473/jde.v9i1.53284>
- Tansy, S., & Kuniawati, M. (2023). Pengaruh celebrity worship syndrome terhadap psychological well-being Army BTS. *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, 3(6), 5796–5805. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>
- Utami, L. S. S., & Winduwati, S. (2020). *Fandom and Voluntary “ARMY”: Case Study on BTS Fans in Indonesia*. 478(Ticash), 667–673. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.201209.105>
- Wijaya, & Bintarto. (2017). Komunitas Exo-L Yogyakarta (Studi Kasus Dinamika Penggemar K-Pop Di Yogyakarta). *UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta*, 3, 1–109. <https://digilib.isi.ac.id/2743/>
- Yoon & Jang. (2016). 초기 부산 노래방 문화 형성의 사회적 맥락과 매체사적 의미 - Social Contexts and Media-Historical Meaning of the Early ‘Noraebang’ Culture in Busan: Focusing on the Relationship between Noraebang and Karaoke Culture in 1980s (Deepl Translator, trans.).

한국언론정보학보, 77,
<https://koreascience.kr/article/JAKO201618851731928.page>

164–199.

