JURNAL ILMU KOMUNIKASI ACTA DIURNA
Vol. 20, No. 2, October 2024
ISSN 1978-1261 (print); 2548-9496 (online)

TREASURE MAKER'S MOTIVATION TO LOVE TREASURE BOYBAND

MOTIVASI TREASURE MAKER MENGGEMARI BOYBAND TREASURE

Maylinda Zahrotul Q.N [*1],Syah Raafi. N. M [2],Viny Septin [3]

[1,2,3]Universitas Diponegoro, Semarang, Indonesia

Article Information
Submmited 2 June, 2024
Revision 2 August, 2024
Accepted 2 November, 2024
Published 10 December, 2024

ABSTRACT

The study aims to identify and analyze the factors that motivated Treasure Maker to become a fan of the South Korean boyband Treasure, which, under the umbrella of YG Entertainment, has gained global popularity since its debut in 2020. These boy bands are known for their dedication to their careers, despite facing a variety of challenges, including changing members. Treasure fans, known as the Treasure Maker, showed strong loyalty and regarded the boyband as a source of inspiration. The study uses a qualitative approach with in-depth interview methods and content analysis to collect data from Treasure Maker members in Indonesia. The results show that the key factors that motivate Treasure Makers are the dedication and hard work of Treasure members, the quality of their music and appearance, as well as the positive interaction between boy bands and fans. Moreover, treasure makers feel motivated by the positive messages delivered through treasure songs, which encourage them to pursue their dreams and face life's challenges. The research is expected to provide a deeper understanding of the motivation of K-Pop fans and their contribution to Indonesian fan culture.

Keywords: *Motivation, Treasure Maker, boyband Treasure, K-pop*

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor yang memotivasi Treasure Maker dalam menggemari boyband Treasure. Treasure, boyband asal Korea Selatan di bawah naungan YG Entertainment, telah meraih popularitas global sejak debutnya pada tahun 2020. Boyband ini dikenal karena dedikasi mereka dalam berkarya, meskipun menghadapi berbagai tantangan termasuk perubahan anggota. Penggemar Treasure, yang dikenal sebagai Treasure Maker, menunjukkan loyalitas yang kuat dan menganggap boyband ini sebagai sumber inspirasi. Studi ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode wawancara mendalam dan analisis konten untuk mengumpulkan data dari anggota Treasure Maker di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor utama yang memotivasi Treasure Maker adalah dedikasi dan kerja keras anggota Treasure, kualitas musik dan penampilan mereka, serta interaksi positif antara boyband dan penggemar. Selain itu, Treasure Maker merasa termotivasi oleh pesan-pesan positif yang disampaikan melalui lagu-lagu Treasure, yang mendorong mereka untuk mencapai impian dan menghadapi tantangan hidup. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman lebih mendalam mengenai motivasi penggemar K-Pop dan kontribusinya terhadap budaya penggemar di Indonesia.

Kata Kunci: Motivasi, Treasure Maker, boyband Treasure, K-Pop

[*]**Authors Correspondence:** maylindazahrotul@students.undip.ac.id; email: syahraafinur@students.undip.ac.id; vinyseptinrohana@stundents.undip.ac.id .

PENDAHULUAN

Treasure merupakan salah satu idol Korean Pop (disebut K-Pop) boyband idol asal Korea Selatan yang dinaungi oleh *YG entertainment. Boyband ini* ramai diperbincangkan di twitter bulan maret 2024. Treasure mengawali debut pada 7 agustus 2020. Terdiri 12 anggota yaitu, Choi Hyun Suk, Park Ji hoon, Kanemoto Yoshinori, Kim Jun Kyu, Yoon Jae Hyuk, Hamada Asahi, Kim Do Young, Watanabe Haruto, Park Jeong woo, So Jung Hwan, Bang Yedam, dan Mashiho. *Treasure* mengawali karir dengan mengeluarkan album *'The First Step: Chapter One'* dengan judul lagu '*Boy*'. Album debut milik *boyband YG Entertainment*, *treasure* mencatatkan penjualan album sebanyak 166.614 hanya dalam waktu satu minggu sejak dirilis (Kpop Chart, 2020). Bahkan video musik Treasure langsung meraih 10 juta kali penayangan pada 26 jam pasca perilisan di YouTube (Intipselep, 2022). Tidak sampai disitu ke- 12 member treasure kembali melanjutkan promosi dengan merilis album kedua pada 18 september 2020 dengan judul '*The First Step: Chapter Two*' dengan lagu utama '*I love you*'. Di tahun yang sama rangkaian ketiga dari album '*The First Step: Chapter Three'* kembali dirilis pada 6 November 2020 dengan lagu utama yakni "Mmm". Album terbaru Treasure *"The First Step: Chapter Three"* telah melampaui 210.000 kopi (Wowkeren, 2020). Di tahun selanjutnya kepopuleran treasure membuat boyband tersebut berkesempatan untuk mengisi ending dari anime '*black clover*' dengan judul '*beautiful*' tepatnya pada 5 januari 2021. Lagu ini bahkan langsung sukses masuk *chart Billboard Japan Hot* 100 dengan nomor urut 59, dan juga *Billboard World* Digital Song Sales di urutan ke 23 (Intipselep, 2022). Tidak sampai disitu pada tahun 2022 treasure kembali mengeluarkan album dengan judul *'The Second Step: Chapter One'* dengan lagu utama *'Jikjin'* pada 15 Februari 2022.

Boyband *treasure* menduduki peringkat ke 23 berdasarkan pengikut terbanyak di twitter (K-pop Radar, 2024; Kim, 2024). Pengaruh treasure bisa dibilang cukup bersaing dengan grup-grup senior yang telah debut terlebih dahulu, seperti Super Junior, IKON, Seventeen, big bang dan lainnya. Sebagai grup idola yang masih terbilang baru, *treasure* tidak berhenti berkarya untuk terus mengeluarkan album. Sampai saat ini treasure sudah memiliki 4 album single dan 2 album studio yaitu *The First Step: Treasure Effect* dan *Reboot*.

Boyband korea memiliki nama panggilan untuk penggemar mereka contohnya seperti boyband IKON, panggilan untuk penggemar mereka yang disebut ikonic, Seventeen disebut dengan carat, Super junior disebut ELF, Stray Kids disebut Stays, sedangkan treasure memiliki panggilan untuk penggemar mereka yang disebut dengan treasure maker. *Treasure Maker* sendiri diambil dari bahasa inggris yang artinya pembawa harta karun, hal ini dapat diharapkan bahwa *Treasure Maker* yang mengantarkan *treasure* pada kesuksesan (kumparan.com). Perjalanan karir treasure dari awal perilisan album pertama, sampai sudah memiliki 4 album tidaklah berjalan dengan mudah, banyak sekali rintangan yang harus dihadapi. Tetapi *Treasure Maker* selalu mendukung perjalanan karir treasure sampai saat ini.

Tepat pada 8 November 2022 kedua anggota treasure yaitu Bang Yedam dan Mashiho memutuskan kontrak dengan *YG Entertainment* dan meninggalkan *Treasure*. Informasi yang beredar bahwa alasan Bang Yedam memutuskan kontrak dengan *YG Entertainment* karena ingin fokus berkarir sebagai produser musik, sedangkan Mashiho akan fokus berkarir sebagai penyanyi di tempat asalnya yaitu Jepang. Setahun setelah kontrak dengan *YG Entertainment* Bang Yedam sudah mengeluarkan single pertama berjudul '*only one*' pada 23 November 2023 (Kpop chart, 2023).

Jumlah anggota treasure saat ini tersisa 10 member yaitu, Choi Hyun Suk, Park Ji hoon, Kanemoto Yoshinori, Kim jun Kyu, Yoon jae Hyuk, Hamanda Asahi, Kim do Young, Watanabe Haruto, Park Jeong woo, dan So jung Hwan. Keputusan kedua member treasure tersebut membuat para penggemar terkejut dan tidak menyangka bahwa Bang Yedam dan Mashiho akan meninggalkan treasure dan *YG Entertainment.* Akan tetapi dibalik masalah tersebut banyak penggemar (*Treasure Maker*) yang masih mengikuti dan menjadikan bahan motivasi mereka dalam belajar, motivasi hidup, motivasi untuk menggapai impian dan cita-cita.

Peningkatan popularitas K-Pop secara global di tahun 2023 sebesar 49,8% membuat cakupan penggemar dari genre musik ini menjadi lebih luas dari segi umur, dan gender (Statista, 2024). Laporan yang dirilis oleh Korea Foundation pada 2021 diperkirakan jumlah penggemar K-Pop di seluruh dunia pada tahun 2020 mencapai sekitar 104 juta orang (Korea Times, 2021). Di indonesia popularitas K-pop ditandai dengan dibentuknya *Asian fans Club* (AFC) yang dibentuk pada tahun 2009. Asian Fans Club merupakan salah satu situs yang memuat berita atau informasi seputar dunia hiburan korea, mulai dari drama korea, reality show Korea, dan K-pop. Sampai saat ini K-pop semakin menunjukan popularitas di indonesia, kemunculan *boyband* baru dengan talenta yang luar biasa ditambah visual fisik yang rupawan membuat banyak remaja khususnya wanita mulai menyukai K-pop. Untuk saat ini, terdapat 10 grup K-pop yang paling diidolakan oleh penggemar asal indonesia menurut survei Databook 2022 yaitu, *Bangtan Sonyeondan* (selanjutnya disebut BTS) sebanyak 49% penggemar, *Neo Culture Technology* (selanjutnya disebut NCT) sebanyak 26% penggemar, EXO sebanyak 21% Penggemar, Super Junior sebanyak 14 Penggemar, Seventeen sebanyak 11% penggemar, Treasure sebanyak 8% penggemar, Bigbang sebanyak 7% penggemar, Stray Kids sebanyak 7% penggemar, Enhypen sebanyak 6% penggemar, dan NCT dream sebanyak 5% penggemar. Persentase banyaknya penggemar boyband K-pop di indonesia berdasarkan Databook dan berdasarkan survei tersebut BTS masih menunjukkan urutan pertama dari atas, sedangkan sepuluh terakhir dididuduki oleh NCT Dream dan treasure menduduki urutan keenam dengan persentase penggemar hanya 8% berbeda jauh dengan BTS dan NCT.

Para penggemar ini membentuk sebuah *fans club*, atau lebih dikenal sebagai *fandom*. Penggemar K-pop disebut sebagai *fangirls* atau *fanboys* tergantung pada jenis kelamin mereka. Penggemar wanita disebut sebagai *fangirls*, dan penggemar pria disebut sebagai *fanboys*.

Konsep budaya penggemar (*fans culture*) secara sederhana didefinisikan sebagai budaya yang melibatkan konsumsi dan produksi yang dilakukan oleh penggemar, Storey (Anita, 2022).

Penggemar tidak hanya berkaitan dengan "obsesi" melainkan menjadi audiens yang aktif dan kreatif. Aktif dalam memberikan dukungan kepada idol yang disukai, dan kreatif dalam memanfaatkan kegemaran kepada idol tersebut menjadi sebuah motivasi dan peluang menggapai impian dan cita-cita. Jenkins (2013) berpendapat bahwa penggemar tidak hanya menjadi konsumen namun juga aktif menjadi produsen (Shane, 2019). Pendapat Jakins tersebut bahwa penggemar tidak dilihat sebagai pihak yang pasif yang hanya mengkonsumsi produk atau konten yang dibuat oleh idola, melainkan menjadi penggemar yang aktif dalam merespon teks media profesional yang dibuat idol dengan cara membuat produksi teks buatan kelompok penggemar.

Motivasi merupakan suatu keadaan yang terjadi oleh seorang individu, yang dimana adanya dorongan melakukan sesuatu yang diinginkan untuk mencapai tujuan. Menurut Mc Donald dalam Kompri (2016) motivasi adalah suatu perubahan energi di dalam pribadi seseorang yang ditandai dengan timbulnya afektif (perasaan) dan reaksi untuk mencapai tujuan (sunerti, 2021). Dengan hal ini motivasi dapat timbul karena adanya perubahan energi yang positif, tindakan seseorang untuk mencapai tujuan tergantung pada motive yang dimiliki. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Arden (1957) dalam Wina Sanjaya (2010) bahwa kuat lemahnya atau semangat tidaknya usaha yang dilakukan seseorang untuk mencapai tujuan akan ditentukan oleh kuat lemahnya motive yang dimiliki orang tersebut (sunerti, 2021).

Hadirnya motivasi bisa berasal dari hal apapun, baik dari keluarga, teman, sahabat, pacar, atau mungkin boyband yg digemari. Penggemar boyband, khususnya treasure meker memiliki cara tersendiri dalam mendukung dan menyukai boyband tersebut, mereka menjadikan treasure sebagai bahan motivasi untuk mencapai tujuan yang mereka inginkan. Ditengah permasalahan yang kerap terjadi, seperti album yang lama keluar, waktu *comeback* yang tidak menentu, dan keluarnya dua member *treasure*. *Treasure maker* tetap menjadikan *treasure* sebagai bahan motivasi ditengah banyaknya *boyband* baru seperti boy next door, xodiac, mirror dan lain sebagainya yang lebih baik, dan bagus dari segi lagu, *performance*, *dance*, dan prestasi yang diperoleh, serta lebih layak untuk dijadikan bahan motivasi mereka.

Treasure Maker sering menjadikan Treasure sebagai sumber motivasi mereka. Pencapaian band dan dedikasi para anggotanya di industri musik mendorong para *Treasure Maker* untuk bekerja keras dan bertekad untuk menggapai cita - cita mereka. Sentimen optimis grup ini yang diekspresikan melalui musik, dapat memberikan dukungan emosional kepada para *Treasure Maker* ketika mereka menghadapi rintangan dalam kehidupan sehari-hari.

Latar belakang tersebut membawa pada suatu permasalahan berupa, faktor- faktor yang memotivasi *treasure maker* menggemari *treasure* dan menunggu album berikutnya dalam

waktu yang lama. Penelitian ini merajuk pada penelitian terdahulu yaitu Pada penelitian Ayu Gustiana (2022), menjelaskan mengenai hubungan *fanatisme* K-pop dengan motivasi belajar pada remaja. Penelitian tersebut memaparkan bahwa ada hubungan yang signifikan. Selain itu, penelitian Asfira Rachmad Rinata, Sulih Indra Dewi (2019) *fanatisme* penggemar K-pop dalam bermedia sosial di Instagram. Penelitian ini memaparkan mengenai perilaku *fanatisme* penggemar dalam bermedia sosial tidak hanya dilihat dari sejauh mana dan berapa lama penggemar menjalani aktivitasnya sebagai penggemar K-pop, namun juga dapat dilihat dari respon mereka terhadap informasi *hoax* dan berita negatif idola K-popn antara hubungan *fanatisme* K-Pop dengan motivasi belajar pada remaja sangat. Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu, Mengetahui faktor yang memotivasi *treasure make*r tetap menggemari *boyband treasure* dan menunggu album berikutnya dalam waktu yang lama.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan cara melakukan wawancara mendalam dengan para penggemar (*Treasure Maker*), analisis konten dari media sosial atau *forum online* tempat penggemar berinteraksi. Tujuan utamanya untuk mengumpulkan informasi lebih rinci terhadap pemahaman mendalam tentang motivasi, identitas, dan pengalaman sosial para penggemar. Peneliti melakukan wawancara dengan memberikan pertanyaan langsung secara *face to face*, Untuk mengetahui respon penggemar *Treasure* (*Treasure Maker*) persoalan yang dihadapi saat ini.

Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau dengan cara kuantifikasi lainnya (Dr. Eko Murdiyanto, 2020). Bogdan dan Taylor (Moleong, 2007) mengemukakan bahwa metodologi kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Pada penelitian kualitatif peneliti merupakan bagian dari instrumen kecil, maka peneliti harus memiliki wawasan yang luas untuk melakukan wawancara, selain itu harus memiliki bekal teori yang cukup untuk menganalisis, serta mengkonstruksi suatu objek agar apa yang diteliti menjadi lebih jelas.

Hasil dan Pembahasan

Pada wawancara yang telah dilakukan pada penggemar treasure, terkait permasalahan yang sedang diteliti yaitu faktor yang memotivasi treasure maker menggemari treasure dan menunggu album dalam jangka waktu yang lama. Beberapa pertanyaan umum seputar K-pop, alasan menyukai K-pop, serta beberapa pertanyaan seputar treasure, dan pertanyaan terakhir seputar faktor yang mendorong penggemar treasure tetap menggemari treasure. Hasil

wawancara tersebut akan bahas secara lebih detail dan rinci, sesuai yang disampaikan oleh narasumber.

1. Bagian menarik dari K-pop

Korean wave atau yang disebut dengan hallyu merupakan popularitas gelombang korea yang pada awalnya berkembang di asia timur dan saat ini Korean wave sudah populer di seluruh dunia dan sampai ke Indonesia. Menurut Shim (2006) Hallyu atau Korean wave adalah istilah yang diberikan untuk budaya pop Korea Selatan yang tersebar secara global di berbagai negara di dunia, termasuk di Indonesia (Idola, dkk 2019). Korean wave sendiri sudah disiapkan sebaik mungkin untuk dipasarkan menuju kaca internasional, pemerintah korea mendukung hal tersebut sejak masa pemerintahan Kim Dae Jung (1993-1998) yang slogan politiknya adalah "Creation of the New Korea". Dengan kalimat tersebut pemerintah korea mengubah citra bangsa yang tradisional dan membuat citra baru yang lebih modern. Jika berbicara mengenai Korean wave erat kaitannya dengan K-pop.

K-pop atau biasa disebut dengan Korean pop merupakan sub gendre music yang berasal dari Korea Selatan. Pada awalnya musik pop berkembang di negara Amerika, akan tetapi saat ini Korea Selatan mengadaptasi music tersebut sesuai ciri khas mereka. K-pop erat kaitannya dengan boyband ataupun girlband seperti BTS, NCT, seventeen, ikon, treasure, TXT, red velvet, blackpink dan lain sebagainya. Penggemar K-pop atau biasa disebut dengan kpopers memiliki alasan tersendiri dalam menyukai K-pop, penggemar tidak hanya melihat dari music saja melainkan dari bagian yang lain seperti, music, visual, music video, reality show, vlog, dan lain sebagainya. Reality show merupakan acara yang dibuat oleh agency, yang berisikan fun games, yang Dimana fun games tersebut akan dilakukan oleh para anggota boyband. Reality show ini akan di upload oleh pihak agency melalui youtube ataupun aplikasi khusus yang sudah disediakan. Menurut tanggapan salah satu kpopers yaitu CR:

> *"..Pada dasarnya, K-pop adalah tentang musik. Musik K-pop cenderung energik, walaupun tidak menutup kemungkinan mereka memiliki genre musik lainnya seperti ballad dan lain-lain. Pada saat itu dan sampai sekarang, musik k-pop tidak monoton untuk didengarkan sehari-hari. Walau begitu, nyatanya Kpop lebih luas dari sekadar musik. Umumnya, grup K-pop memiliki konten-konten rutin dan program dari member-membernya. Interaksi dengan fansnya pun eksklusif dan intimate. Yang menarik dari K-pop adalah koneksi antara idol dan fans yang lekat. Banyaknya konten yang disediakan membuat menggemari K-pop terasa tidak membosankan dan membuat fans bisa mengenal karakteristik idol lebih jauh lalu merasa terkoneksi.."* .

K-pop berisikan berbagai genre music yang berbeda-beda, music K-pop biasanya dibawakan oleh boyband. Selain music hal menarik yang dapat ditemukan dari K-pop yaitu visual dari anggota boyband tersebut yang biasa disebut sebagai idol. Visual pada anggota boyband menjadi salah satu daya tarik tersendiri pada fans K-pop. Boyband pada dasarnya tidak hanya menyanyikan lagu yang mereka bawakan, akan tetapi mereka memiliki program rutin yang biasanya ditayangkan berupa vlog, reality show, fan meeting dan lain sebagainya. Program tersebut yang menarik penggemar dalam menyukai K-pop. ZR seorang penggemar K-pop berpendapat bahwa:

> *".. suka kpop itu awalnya bukan karena lagunya, kalau aku sendiri suka kpop itu karena program acara dari mereka, contohnya aja kaya boy voyage, nah itu kan salah satu program acara boyband BTS, dari situ aku mulai tertarik dan cari tau ini boyband apa dan membernya siapa aja. Nah setelah itu baru deh denger-dengerin lagunya dan ternyata enak, masuk juga sama genre yang aku suka. Kesini- kesini jadi makin ngulik tentang dunia kpop dan akhirnya jadi salah satu fans boyband juga. Jadi gitu sih awal mula aku suka kpop.."*

Dari berbagai tanggapan fans K-pop menemukan hasil bahwa K-pop tidak hanya dilihat dari music saja, akan tetapi dari berbagai sudut seperti halnya dari visual, program acara dan lain sebagainya, banyak sekali yang dapat dilihat dan menjadi salah satu daya Tarik mereka dalam menggemari seputar Korean pop tersebut. Begitupun dengan alasan fans kpop (kpopers) dalam menggemari K-pop. Salah satu boyband K-pop yang menarik perhatian fans yaitu treasure, CR berpendapat bahwa:

> *"..Buat sekarang aku suka treasure, karena kebetulan pas itu yang muncul di beranda Instagram dan pada saat itu juga treasure baru memulai debutnya, terus aku mulai cari tau seputar treasure. Kalau ditanya tentang alasanya Karena itungannya seumuran juga jadi aku merasa connect sama treasure.."*

2. Treasure dan treasure maker

Treasure merupakan *boyband* yang masuk dalam generasi ke 4 dan memiliki 10 anggota atau member, usia member yang masih terbilang sangat muda menjadi salah satu alasan penggemar dalam menyukai treasure, berbagai tingkah laku, pemikiran, serta kreatifitas mereka dalam berkarya yang menjadikan hal tersebut sebagai alasan fans dalam menggemari treasure. Penggemar (fans) treasure disebut sebagai *treasure make*r, salah satu treasure maker yaitu ZR berbicara bahwa:

> *"...Treasure kan masih terbilang baru ya, karena mereka baru debut itu tahun 2020. Nah aku merasa bahwa mereka itu kreatif banget apa lagi dari cara mereka bikin music, dan gendrenya itu yang aku suka.."*

Setiap *boyband* K-pop memiliki kreatifitas masing-masing dalam membuat music, mereka semaksimal mungkin memiliki ciri khas dalam genre dan melody music yang dibawakan, treasure sendiri membawakan music dengan *genre hip hop* atau yang dikenal dengan *music rap* yang disukai oleh kalangan anak muda.

Treasure salah satu *boyband* naungan YG Entertainment agensi asal korea Selatan yang debut pada 8 agustus 2020 dengan judul album '*The first step chapter one*". Pada awal debutnya Treasure membawakan genre musik hip hop dengan konsep yang menakjubkan. Menurut CR salah satu *treasure maker* Ketika ditanya apa yang membuat mereka menggemari treasure adalah karena musiknya.

> *"..Hal pertama yang membuat saya tertarik dengan Treasure itu musiknya, karena musiknya easy listening. Setelah itu baru saya cari – cari tahu tentang membernya, personality setiap member, mulai menonton reality show Treasure. Karena dengan cara itu saya jadi tahu bagaimana hubungan setiap member treasure dan bagaimana mereka memperlakukan penggemarnya..".*

Selain menciptakan musik yang bagus dan berkualitas *boyband* treasure juga menayangkan *reality show* yang sangat menghibur. *Reality show* merupakan jenis program acara yang mendokumentasikan realitas atau kondisi nyata, tanpa skenario, dan artis pendukung (hanindya 2010). Treasure Map adalah salah satu reality show boyband treasure yang berisi game, kegiatan sehari – hari, dan beberapa challenge yang seru. Menurut FP salah satu treasure maker, awal dia menggemari treasure karena menonton Treasure Map.

> *"..Kalo yang buat aku tertarik pertama kali sama treasure tuh gara gara reality show nya mereka (T-MAP), terus dari situ mulai ngepoin lagunya juga..".*

Treasure merilis web drama berjudul " *Mysterious Class*". Web Drama adalah konten pendek berseri/episode yang diproduksi dan ditayangkan di Korea Selatan melalui platform online seperti Youtube, Viu, We Tv dan lain – lain (Jennifer 2021). Mysterious class ini merupakan series yang menceritakan tentang anak sekolah yang berteman dengan hantu pada daftar absen yang ada di sekolah terdapat 20 siswa, akan tetapi di dalam kelas tersebut terdapat 21 siswa. series ini bergenre horor, dirilis pada tahun 2021 tayang pada hari jumat pukul 24.00 WIB, pada 12 november- 31 desember 2021. Tanggapan AG, jika ditanya awal dia menggemari treasure karena menonton web drama " Mysterious Class".

> *"..Awalnya dari adik sepupuku yang ngenalin dan dia maksa untuk tetap ngepoin Treasure, pada saat itu adikku nunjukin web drama judulnya mysterious class dan disitu ada anggota Namanya Haruto dia dapat peran hantu disitu. Dari situlah aku jadi tertarik Treasure..".*

Berdasarkan tanggapan diatas setiap *Treasure Maker* memiliki alasan tersendiri mengapa mereka menyukai *boyband* Treasure. Para *Treasure Maker* biasanya memiliki member terfavorit atau biasa yang disebut *bias*. Arti *bias* sendiri merujuk kepada seorang idola yang paling disukai dalam sebuah grup seperti halnya, ada beberapa anggota grup, dan bias merujuk pada salah satu anggota yang paling kamu sukai (liputan6.com). berikut tanggapan FP jika ditanya siapa anggota favoritnya.

> *"..Karena awalnya gara gara aku liat di treasure kok ada 4 anggota jepang dan dari situ aku suka asahi karena fashion dia keren. Aku suka asahi juga karena dulu aku pernah ikut fotografi dan asahi juga suka fotografi, dia juga suka bikin lagu lagu gitu kan ya, perjuangan dia buat jadi idol juga keren..".*

Idol K-Pop yang paling disukai oleh penggemar dikenal dengan istilah bias (Tempo.co, 2015). Menurut Dila (2017) bias pada umumnya lebih merujuk pada satu orang individu (Vera, 2019). Beberapa *fans* biasanya memilih anggota terfavorit atau disebut dengan bias. Mereka memilih salah satu member tersebut karena memiliki suatu kesamaan, yang mana kesamaan ini bisa masuk dalam kategori hobi, ataupun karena *visual bias* yang sesuai dengan tipe favorit yang mereka suka. Kesamaan tersebut yang menjadikan salah satu anggota treasure masuk dalam kategori favorit bagi sebagian *fans* treasure. Seperti tanggapan FP yang memilih Junkyu atau dikenal dengan Asahi sebagai biasanya karena memiliki kesamaan hobi yaitu fotografi. Berikut tanggapan CR yang memilih bias karena kesamaan hobi.

> *"..Junkyu, selain karena visualnya yang sesuai sama tipeku, beberapa personality junkyu mirip sama diriku sendiri dan kebetulan kita punya hobi yang sama, dia suka fotografi dan aku juga suka itu, it's like i see myself in him. dan itu bikin aku termotivasi buat jadi sekeren dan talented junkyu even if with my own version..".*

Treasure maker memiliki cara sendiri dalam memberikan dukungan kepada treasure, dukungan tersebut diberikan oleh *treasure maker* secara tidak langsung, seperti membeli album, *merchandise*, dan menonton konser, akan tetapi memberikan dukungan kepada *boyband* yang mereka gemari tidak hanya dengan membeli album dan *merchandise* saja, karena barang tersebut dijual dengan harga yang cukup mahal dan terkadang memberatkan sebagian *treasure maker*. Para *fans* menggunakan cara lain untuk tetap memberikan dukungan kepada treasure, yaitu dengan cara *streaming music* melalui

platform spotify, menonton music video, menonton program acara treasure seperti reality show, dan memberikan voting jika treasure masuk dalam nominasi awarding tertentu. Beberapa treasure maker memberikan tanggapan bahwa:

> *"..Pastinya saya streaming lagunya ya di spotify, youtube, dan beberapa kali saya juga beli merchandise. Tetapi saya tidak membeli semua merchandisenya, saya hanya beli merchandise yang saya sukai seperti Photocard.."*

> *"..Kalo aku waktu itu sempat beli album, streaming youtube juga sering, spotify.."*

> *"..Sejauh ini aku baru streaming youtube aja, kalo yang lain lain belum dan gak terlalu sering sih, kalo beli album nggak dan merchandise juga enggak.."*

> *"..Nonton konten karena kalo buat beli merchandisenya aku belum mampu sih karena aku juga masih mahasiswa. Tapi dengan ngedukung nonton kontennya, like, subscribe itu lebih mendukung mereka daripada beli merchandise mereka.."*

Sebagian Para *treasure maker* memiliki pandangan bahwa memberikan dukungan tidak hanya dengan membeli album dan menonton konser, akan tetapi *treasure maker* bisa melakukan dengan cara kecil yang tentunya akan banyak memberikan pengaruh kepada treasure sekaligus memberikan dukungan secara tidak langsung.

3. Faktor yang Motivasi treasure maker mengemari treasure

Di Balik musik indah yang diciptakan, musik video yang tidak kalah menarik, acara web drama yang disukai *treasure maker*, terdapat *struggle* yang dirasakan oleh treasure maupun *fans*, treasure sendiri memiliki salah satu permasalahan yang membuat *fans* menunggu lebih lama, yaitu comeback. Treasure sangat lama untuk comeback dan mengeluarkan album baru, dibandingkan dengan *boyband* Gen- 4 lainnya, boyband lain biasanya *comeback* dalam jangka waktu 2-3 bulan, sedangkan *comeback* nya treasure tidak dapat ditentukan, pasca 10 bulan merilis full album berjudul "Reboot " di bulan juni 2023, *treasure maker* baru-baru ini mendapatkan perilisan lagu terbaru berjudul "Kingkong" pada bulan 28 mei 2024. Permasalahan tersebut tidak membuat *fans* jenuh menunggu hadirnya treasure dalam jangka waktu yang lama, terlebih dengan album baru yang akan keluar jika waktu *comeback* sudah tiba.

Terdapat beberapa faktor yang memotivasi penggemar untuk tetap menggemari *boyband* favoritnya, hal tersebut biasanya dipengaruhi oleh lagu, *visual*, dan *performance*. Begitu juga dengan *Treasure Maker* mereka tetap setia menunggu *comeback* treasure walau dengan jangka waktu yang sangat lama. Berikut penuturan beberapa penggemar Treasure jika ditanya faktor yang mempengaruhi mereka untuk tetap menunggu treasure.

> *"..Karena aku juga udah cocok sama music mereka jadi ga ada alasan buat ninggalin mereka..".*
>
> *"..Karena dari dulu aku suka semua group under YG Entertainment dan saat YG debutkan Treasure aku udah nyantol sama musiknya yang catchy banget. Aku juga udah biasa sih kalo grup YG Entertainment itu lama waktu comebacknya..".*
>
> *"..Karena lagunya pertama, kebetulan lagu treasure juga bagus dan cocok di aku jadi tiap nunggu treasure tuh yang aku nantikan emang lagunya sih dan untuk stylenya setiap comeback agak beda jadi kayak kejutan aja sih buat aku..".*

Berbagai alasan yang diutarakan oleh treasure maker terkait faktor yang membuat mereka tetap menggemari treasure yaitu berupa lagu, dan *style* yang unik. Setiap *comeback* treasure akan mengeluarkan *style* baru yang menjadi ciri khas mereka, dan tema untuk *comeback* pun berbeda-beda, contohnya yaitu pada perbedaan warna rambut di salah satu member, yang biasanya berwarna hitam pekat berubah menjadi warna coklat, gaya rambut yang biasanya rapi dan bermodel *quiff haircut* menjadi *crew cut* berponi, style kostum pada *comeback* sebelumnya menggunakan outfit hitam dan *comeback* terbaru lebih berwarna, dan masih banyak lagi perbedaan dalam *comeback* treasure

Pada tanggal 28 Mei 2024 Treasure akan merilis single berjudul 'KINGKONG' ini adalah comeback pertama treasure di tahun 2024 setelah Treasure tidak *comeback* selama 10 bulan. Pada music video 'KINGKONG' Treasure menampilkan pesona yang baru dengan style rambut, fashion, dan *dance performance* yang memukau. Berikut tanggapan dari *Treasure Maker* yang akan *comeback* pada tanggal 28 Mei 2024.

> *"..Pastinya seneng banget ya, karena mereka bakal aktif lagi as a group soalnya kalo lagi gak masa comeback tuh mereka muncul ke public perindividu gitu. Dan kalo comeback pasti ada yang berbeda dari membernya mulai dari warna rambut, style, dan lain – lain..".*
>
> *".. Awalnya kaget kayak tiba – tiba kok comeback dan comeback ini aku nantiin banget sih..".*
>
> *"..Karena aku fans baru aku jadi ngerasa euforianya tuh lebih berasa gitu dan aku harus banget ngikutin comeback treasure kali ini. Pastinya seneng banget karna mereka bakal tampil dengan gaya yang baru,*

penampilan baru, genre lagu yang baru juga mungkin. Dengan konsep yang luar biasa..".

Banyak treasure makar yang menunggu kehadiran dan perilisan lagu pertama setelah vakum cukup lama, kehadiran treasure ini memberikan warna bagi *treasure maker* yang sudah sekian lama menantikan lagu dan album baru mereka. Diharapkan kembalinya treasure di layar kaca dapat memberikan kesan yang baik pada *treasure maker* karena rela menunggu kehadiran treasure.

Hasil penelitian ini menunjukan bahwa faktor-faktor yang memotivasi *treasure maker* menggemari treasure dan menunggu album berikutnya dalam waktu yang lama yaitu karena banyak treasure maker yang menantikan lagu baru, tema, *style*, dan album baru. Banyak hal menarik yang dapat dinantikan oleh *treasure maker* dan hal tersebut tidak boleh sampai tertinggal, karena bagian menarik tersebut yang dapat mengobati rasa penasaran para treasure maker tema dan lagu apa yang sebenarnya sedang treasure siapkan untuk album mereka saat *comeback*

SIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah alasan penggemar menyukai K-pop bukan hanya dari *music* saja akan tetapi dari berbagai sudut pandang, seperti halnya *visual*, karakteristik, hobi, program acara, *vlog*, dan *style* dari boyband K-pop yang digemari. Dari berbagai sudut dapat dilihat bahwa K-pop bukan hanya tentang melody, suara, genre, dan lagu tetapi *fans* K-pop melihat hal tersebut dari sudut pandang yang berbeda-beda. Salah satu *boyband* K-pop yang menarik perhatian anak muda saat ini yaitu Treasure, dibalik indahnya *music* dan *visual* yang memukau ternyata treasure menyimpan berbagai permasalahan, salah satunya yaitu *comeback* dalam jangka waktu yang lama, itu menjadi tantangan baik treasure dan *treasure maker*. Treasure yang harus terus menciptakan berbagai tema dan style yang dapat memukau para *treasure maker* dan *treasure maker* yang harus bersabar untuk tetap menunggu hadirnya treasure. Akan tetapi dibalik itu semua terdapat berbagai faktor yang memotivasi *treasure maker* untuk tetap bertahan menunggu treasure dalam waktu yang lama, yaitu *style* saat *comeback* yang memukau, tema baru, dan yang paling utama tentu music serta album dengan konsep yang baru. itulah yang memotivasi treasure maker dan percaya bahwa treasure akan Kembali dengan berbagai warna baru.

REFERENSI

Anita Fitriyani (2022). Menjadi Fanboy Boy Group K-Pop di Indonesia (Studi Fenomenologi Sosial Pada Fanboy NCT), Jurnal, 2-3.

Artie Noviani (2023), Fanatisme Penggemar K-Pop (Studi Atas Kasus NCTzen di Kota Bogor). Skripsi. Diterbitkan. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Islam Syarif Hidayatullah Jakarta.

Asfira, Sulih (2019). Fanatisme Penggemar K-Pop Dalam Bermedia Sosial Instagram. Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol 8, 14-15.

Auditya Savirliana Lataisi (2023). Budaya K-Pop dalam kehidupan sosial Mahasiswa Fakultas Sosial dan Politik UIN Sunan Ampel Surabaya. Skripsi. Diterbitkan. Fakultas Sosial dan Politik UIN Sunan Ampel Surabaya.

Ayu Gustiana (2022), Hubungan Fanatisme K-Pop Dengan Motivasi Belajar Pada Remaja di Kota Pekanbaru. Skripsi. Diterbitkan. Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru.

Diyan Riyani (2021). Bahasa Gaul Dalam Media Sosial Twitter dan Implikasinya Terhadap Pembelajaran Bahasa Indonesia di SMA. Skripsi. Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung Bandar Lampung.

Hasby, Fadhila. 2013. Fanbase BoyBand Korea ; Identifikasi Aktivitas Penggemar Indonesia. Depok : Universitas Indonesia.

Herbawani, Pulung S. dan Nuralin, Almara J. Hubungan Parasosial dan Perilaku Loyalitas Fans Dalam Fandom Kpop di Indonesia.Yogyakarta:Universitas Gajah Mada 2021.

Maya Wulan Pramesti (2009). Motivasi: Pengertian, proses dan arti penting dalam organisasi. Jurnal, hal 20-22.

TREASURE MAKER : THE ULTIMATE GUIDE TO THE K-POP GROUP (BuzzFeed, 2021). Artikel.

Dr. H. Zuchri Abdussamad, 2021. Metode penelitian Kualitatif, Syakir Media Press.

Zulfa, Saffanaty. 2022. Pola Komunikasi dan Fanatisme *Fan Account* My Day Di Media Sosial Twitter.Yogyakarta : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.