

“SEE YOU GOODBYE!” RESPONS FANS MUSLIM TERHADAP IDOLA K-POP YANG MEMPROMOSIKAN PRODUK BERAFILIASI ISRAEL

Rahmah Zakia^{1*}

¹ Program Studi Magister Antropologi, Program Studi Antropologi, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Gadjah Mada Jalan Sosiohumaniora, Bulaksumur, Yogyakarta 55281

*Corresponding author: rahmah.zakia@mail.ugm.ac.id

Abstract *Konflik Israel-Palestina turut mempengaruhi dunia K-Pop, terutama bagi fans Muslim. Ketegangan ini bermula dari dugaan keterlibatan beberapa idol K-Pop dalam promosi produk yang terafiliasi dengan Israel. Situasi ini menjadi dilema bagi fans Muslim karena mereka berbagi identitas dengan mayoritas rakyat Palestina yang terdampak konflik, namun idol yang mereka sukai justru mempromosikan produk yang dianjurkan untuk diboikot. Studi ini bertujuan menganalisis tanggapan fans K-Pop muslim dalam memaknai dukungan dan identitas mereka ketika dihadapkan pada realitas bahwa idola mereka diasosiasikan dengan pihak Israel dalam konflik yang terjadi. Dengan menggunakan metode kualitatif melalui wawancara semi-terstruktur, penelitian melibatkan tiga fans K-Pop Muslim dari dua fandom berbeda. Hasil dari studi ini menemukan bahwa fans K-Pop muslim menunjukkan dua sikap utama dalam menanggapi keterlibatan idolnya dalam promosi produk yang berafiliasi dengan Israel. Pertama, perlawanan terhadap tindakan idol. Kedua, negosiasi dukungan kepada idol mereka. Studi juga menunjukkan bahwa sikap fans K-Pop dilatari oleh dua identitas yang tidak bisa lepas dari diri mereka, yaitu identitas sebagai muslim dan fans. Penelitian ini juga menemukan bahwa dalam proses menegosiasikan dukungannya, fans K-Pop muslim justru berada dalam identitas yang kompleks.*

Keyword:

K-Pop fans, konflik Israel-Palestina, negosiasi, perlawanan

Article Info

Received : 17 Dec 2024

Accepted : 10 Jan 2025

Published : 05 Jun 2025

1. Pendahuluan

Ketegangan yang terjadi akibat konflik Israel-Palestina telah mempengaruhi dunia hiburan dan penggemarnya. Konflik ini juga menggoyahkan dunia fans K-Pop. Ketegangan ini berasal dari beberapa unggahan dan bentuk kerja sama beberapa idol yang mereka idolakan serta kekecawaan fans atas diamnya idol terhadap peristiwa yang memilukan ini. Beberapa foto yang diunggah oleh idol merupakan foto dari beberapa produk yang masuk ke dalam daftar *BDS (Boikot, Divestment and Sanctions)*, sebuah kampanye global yang bertujuan mendelegitimasi politik dan destabilisasi ekonomi Israel, dengan harapan dapat menggulingkan Israel dan mengakhiri diskriminasi terhadap warga Palestina di Israel (Barghouti, 2011) Menggunakan cara-cara non kekerasan, salah satu gerakan dalam aksi boikot yaitu menolak membeli, mengonsumsi serta menggunakan produk yang terkait dengan perusahaan atau entitas yang

mendukung Israel (Trisnawati, 2023). Beberapa produk yang masuk ke dalam list BDS untuk diboikot yaitu, Puma, Mcdonald, Starbucks, PizzaHut, Carrefour, Ahava(Ulya & Ayu, 2024) serta beberapa *brand fashion* ternama seperti Givenchy dan Luis Vuitton (Feirisa, 2023).

Semenjak Oktober 2023 lalu, saat konflik Israel-Palestina kembali pecah, bagi aktor sosial, fans K-Pop hadir di berbagai platform media sosial dengan menyuarakan edukasi dan kesadaran kepada para idol atau bahkan sesama fans terhadap apa yang sedang terjadi di Palestina. Jagat media sosial dihebohkan dengan seruan *'unfollow'* dan *'block'* beberapa idol, aktris, dan actor bungkam dan diduga berpihak pada Israel atas isu kemanusiaan yang terjadi di Palestina (Ardiani, 2024). Namun, sebaliknya yang terjadi beberapa idol justru mengunggah produk-produk yang diduga kuat berafiliasi dengan Israel. Unggahan tersebut diasumsikan sebagai bentuk promosi berbagai produk tersebut. Saat konflik antara Israel-Palestina semakin memanas, salah satu grup idol bahkan muncul dengan promosi salah satu produk minuman yang masuk dalam daftar untuk diboikot.

Unggahan ini menghebohkan ratusan fans grup idol tersebut. Tidak lama setelah itu, ramai bermunculan di media sosial berbagai bentuk protes yang dilayangkan baik kepada agensi dan idol sendiri agar lebih peka dan empati terhadap apa yang terjadi antara Israel dan Palestina. Bagi fans K-Pop muslim, ini menjadi dilemma yang besar. Mereka merasa terpecah antara kecintaan mereka terhadap idolnya dan solidaritas terhadap sesama muslim di Palestina. Pasalnya, fans K-Pop muslim berbagi identitas yang sama dengan mayoritas masyarakat Palestina yang merupakan muslim. Serta yang menjadi bentuk solidaritas mereka adalah dengan berjihad membela sesama Muslim melalui aksi protes dan memboikot produk Israel atau produk yang terafiliasi dengan negara tersebut. Di tengah isu konflik yang terjadi, K-Pop fans muslim kembali memaknai dukungannya terhadap idol mereka.

Dalam konteks fans, terdapat beberapa penelitian sebelumnya yang membahas keterlibatan kelompok penggemar dalam isu konflik yang terjadi. Salah satunya kelompok sepak bola yang aktif bersuara dalam mendukung Palestina (Achondo, 2021; El-Sakka, 2023). Penelitian Porat (2014) juga menyoroti dilemma fans klub sepak bola Arab yang berlokasi di Israel, fans dari bangsa Arab mengalami kesulitan dalam mendefinisikan identitas mereka. Karena konflik yang terus berlangsung antara Israel dan Palestina sedangkan mereka tetap menunjukkan dukungannya terhadap klub sepak bola tersebut.

Agresi Israel terhadap Palestina telah menimbulkan tanggapan yang signifikan bukan hanya dari umat Islam bahkan dari umat beragama lain. Studi oleh Suadah (2024) menyoroti bagaimana pro dan kontra gerakan BDS yang didukung oleh fatwa MUI serta dampaknya bagi kerukunan beragama di Indonesia. Melibatkan respon masyarakat yang terlibat dalam gerakan BDS yang diambil dari media sosial dan media berita, studi Su'adah (2024) belum menjangkau bagaimana aksi BDS, terutama aksi boikot berdampak bagi komunitas budaya pop. Sejauh ini, studi-studi yang ada belum banyak membahas secara khusus bagaimana konflik ini mempengaruhi komunitas K-pop fans. Padahal, fenomena ini menarik karena para penggemar K-pop, terutama yang berasal dari latar belakang muslim, kembali memaknai dukungan terhadap idolnya di tengah konflik yang terjadi. Penggemar K-Pop sendiri dinilai sebagai salah satu tonggak penting dalam industri hiburan di Korea Selatan (Purba & Solekha, 2017) sebab tanpa penggemar, popularitas dan daya tarik ekonomi dari grup-grup K-Pop akan jauh berkurang (Anwar, 2018) Begitu juga sebaliknya, fans juga memiliki rasa keterikatan emosional serta kesetiaan dengan idol yang mereka kagumi dan cintai (Fachrosi et al., 2020).

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan tanggapan fans Muslim terkait isu keterlibatan idola K-pop mereka dalam konflik Israel-Palestina. Penelitian ini berkontribusi pada pemahaman tentang identitas penggemar dengan mengeksplorasi kaitannya dengan dimensi

agama, sebuah aspek yang jarang dibahas dalam studi-studi sebelumnya. Dengan fokus pada tanggapan atau respon fans K-pop Muslim dalam memaknai dukungan, jawaban serta tanggapan fans diharapkan dapat memberikan wawasan lebih mendalam tentang cara mereka memposisikan diri di tengah dilema yang dihadapi, serta bagaimana tindakan mereka mencerminkan dinamika identitas sebagai penggemar.

2. Metode

Studi ini akan mengkaji bagaimana respons atau tanggapan fans muslim terhadap idola K-Pop yang mempromosikan produk berafiliasi dengan Israel. Studi ini menggunakan metode wawancara dan bersifat kualitatif. Penelitian kualitatif penelitian yang hasilnya berupa data deskriptif baik berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati (Nugrahmi, 2014). Dalam penelitian kualitatif, peneliti tidak hanya mengumpulkan data, tetapi juga menganalisis makna di balik data tersebut (Rusandi & Rusli, 2021). Sumber informasi atau data dalam penelitian ini berupa hasil wawancara K-Pop fans muslim. Etika penelitian dijaga dengan memastikan anonimitas dan persetujuan informan. Sehingga nama dan identitas asli penggemar tidak diungkapkan dalam penelitian ini.

Tiga informan dalam penelitian ini yaitu, Put, May dan Rin. May dan Rin merupakan Army, yaitu sebutan bagi penggemar BTS. Sedangkan Put merupakan NCTzen, yaitu sebutan bagi penggemar NCT. Meski informan berasal dari dua grup fans yang berbeda, yaitu BTS dan NCT, namun ketiganya berbagi identitas yang sama yaitu sebagai muslim. Pemilihan informan dari dua fandom grup tersebut dilakukan karena kedua grup idol tersebut saat ini sedang banyak diperhatikan sebab baik anggota dan grup melalui unggahan mereka di media sosial, diduga terkait afiliasi dengan brand yang diasumsikan memberi dukungan kepada Israel. Oleh karena itu, pemilihan ketiganya sebagai informan menjadi relevan dengan tujuan penelitian ini.

Adapun metode wawancara yang ditempuh yaitu wawancara semi terstruktur yang mengacu pada rangkaian pertanyaan terbuka. Metode wawancara ini dipilih karena selama proses wawancara, pertanyaan baru dapat muncul berdasarkan jawaban yang diberikan oleh informan. Hal ini memungkinkan penggalian informasi yang lebih mendalam sepanjang sesi berlangsung (Alijoyo et al., 2022). Serta mendapatkan informasi secara terperinci mengenai pandangan ketiga informan terkait promosi produk oleh idola K-Pop yang berafiliasi dengan Israel dan bagaimana hal tersebut memengaruhi dukungan mereka terhadap idolanya. Untuk menciptakan atmosfer yang nyaman dan terbuka selama wawancara, proses wawancara berlangsung layaknya percakapan pertemanan dan di antara percakapan tersebut peneliti menyelipkan beberapa pertanyaan.

Selain itu, studi ini juga bertumpu pada pada sumber-sumber data pustaka yang sebelumnya sudah dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Data pustaka tersebut berupa buku, ebook, jurnal ilmiah, hasil penelitian thesis, artikel dan opini serta media online atau media sosial. Analisis data dalam studi ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Analisis data kualitatif dilakukan dengan menggambarkan secara deskriptif mengenai permasalahan yang diteliti. Tahapan dan teknik analisis yang digunakan tersebut memungkinkan untuk diperoleh sebuah kesimpulan mengenai pemaknaan kembali dukungan fans K-Pop muslim terhadap idolnya yang diasosiasikan dengan Israel dalam konflik yang terjadi.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 K-Pop Fans

Maraknya *Korean Waves*, suatu istilah yang digunakan oleh pers China untuk menggambarkan fenomena demam Korea pada pertengahan tahun 1999 (Shim, 2008), telah

menjadi budaya global dan digemari hingga hari ini. Salah satu elemen dari persebaran budaya Korean Waves ini, yaitu K-Pop atau aliran music yang berasal dari Korea Selatan (Shim, 2006). K-Pop hadir dengan music yang unik serta dibawakan secara atraktif oleh idola laki-laki atau perempuan dengan paras wajah yang menarik, telah berhasil menciptakan ribuan penggemar yang luas dan mendunia (Irmanto & Tjiptono, 2013; Valenciana & Pudjibudojo, 2022). Penerimaan massal budaya dari negeri ginseng ini menurut Huat (2018) menunjukkan bahwa popularitas budaya pop secara signifikan bergantung pada penerimaannya dari pada produksinya. Dalam artian, penerimaan audiens atau fans menjadi salah satu faktor penting bagi budaya pop menembus batas kultural dan sosial dan menjadikannya suatu fenomena global.

Partisipasi K-Pop fans dalam industry ini menjadi relevan dengan studi-studi sebelumnya yang menyoroti para penggemar tersebut umumnya terlibat dalam tiga bentuk aktivitas. *Pertama*, partisipasi dan keterlibatan fans dalam produksi konten. K-pop fans sebagai bagian dari budaya partisipatif, yang secara aktif membuat dan memproduksi berbagai konten media. (J. Kang et al., 2019; Mohd Jenol & Ahmad Pazil, 2022; Sung, 2014). *Kedua*, aktivis sosial. Melalui media sosial, fans turut berpartisipasi dalam penggalangan dana dan kerap sekali membawa nama fandom mereka dalam aksi tersebut (Aprina et al., 2024). Aksi kolektif ini biasa dilakukan saat terjadi isu bencana alam, dan bahkan dalam beberapa kasus mereka turut serta dalam isu politik (Coscarelli, 2020; Kim & Hutt, 2021; Kurniawan et al., 2022). *Ketiga*, K-pop fans seringkali berperan sebagai konsumen yang aktif dan loyal. Mereka membeli album, merchandise seperti album, photocard, poster dan lightstick. Ketiga bentuk perilaku dan aktivitas fans tersebut di atas menegaskan bahwa fans bukan hanya berperan sebagai pendukung semata.

Aktivitas K-Pop fans dalam industry ini selaras dengan apa yang disebut oleh Jenkins (2012) bahwa fans sebenarnya memiliki peran aktif dan produktif dalam membentuk dan menyumbangkan material kepada budaya populer. Sehingga fans dilihat bukan hanya sebagai konsumen pasif atau penipu budaya yang tidak konsisten. Hal ini menegaskan bahwa fans tidak hanya hadir sebagai pendukung semata, tapi juga turut berperan dalam dinamika industry ini.

3.2 Respons Fans: Perlawanan terhadap Tindakan Idol dalam Promosi Produk Terafiliasi dengan Israel

Perlawanan dalam konteks budaya fans ini merujuk pada tindakan fans yang mengkritik, memprotes, atau mengambil sikap oposisi terhadap tindakan serta keputusan dari idol atau industry yang mereka dukung (Huang et al., 2023; J. M. Kang, 2023). Dalam hal ini, penggemar mengambil langkah kritis terhadap idol mereka. Mereka mengambil jarak dan menggunakan alasan yang menurut mereka benar, sering kali dengan mempertimbangkan nilai-nilai moral yang mereka pegang (Archer, 2021). Perlawanan ini menurut Stern (2016) seringkali bersinggungan dengan dua aspek yang menandakan perlawanan itu terjadi yaitu, seseorang harus memiliki kritik terhadap penindasan sosial dan harus termotivasi oleh minat terhadap keadilan sosial (Stern, 2016). Dalam hal ini, lingkungan sosial dan agama juga menjadi dasar individu dalam menyusun serta memberikan persepsi dan tindakan yang teratur akhirnya menjadi kebiasaan yang tidak perlu dipertanyakan lagi aturan dibalikinya (Su'adah, 2024). Meskipun tindakan yang dilakukan tidak selalu eksplisit, namun kesadaran dan pengetahuan ini menjadi pendorong utama bagi seseorang untuk melakukan tindakan yang mengarah pada perlawanan.

Dalam konteks penelitian ini, fans muslim melihat bahwa tindakan idol merupakan hal yang keliru. Selain karena berbagi identitas yang sama dengan mayoritas penduduk Palestina yang beragama muslim, pandangan fans juga dipengaruhi oleh nilai-nilai sosial yang menegaskan pentingnya untuk saling mengasihi dan tidak berada di pihak yang tertindas. Sehingga

menjadikan fans menolak keras dan mengkritik keterlibatan idol K-Pop dengan promosi berbagai brand yang terafiliasi dengan Israel. Bekerjasama dengan brand-brand tersebut berarti secara tidak langsung mendukung Israel yang melakukan agresi terhadap Palestina. Penolakan ini secara lugas diungkapkan oleh May, seorang Army atau penggemar BTS:

“Aku boikot Tae dan segala kegiatan solonya? Tentu aja. Kecewa? Parah. BTS yang cukup dibanggakan kegiatan mereka sebagai grup yang selalu berusaha bicara tentang sisi kemanusiaan? Tapi, malah bertindak gini di tengah situasi di Palestina yang masih kacau” (Wawancara dengan May, 2024)

Tae merupakan anggota grup BTS yang memiliki jutaan pengikut di Instagram. BTS sendiri menjado salah satu idol grup ternama di Korea yang telah mencapai ratusan fans di dunia (Rizaty, 2023). Pada bulan Juli lalu Tae menggemparkan jagat fans K-Pop, terutama Army dengan menyelipkan unggahan foto kentang McD dalam beberapa kolase foto di Instagramnya. McD sendiri merupakan produk makanan yang masuk ke dalam salah satu daftar BDS (*Boycott, Divestment and Sanctions*) atau salah satu brand yang diserukan untuk diboikot karena diduga memeberikan dukungan kepada Israel (Su’adah, 2024). Unggahan foto kentang goreng tersebut membuat fans kecewa, apalagi mengingat kondisi genosida di Palestina masih berlangsung. Hal ini membuat May menyatakan keputusannya untuk tidak mendukung lagi berbagai aktivitas Tae. Rasa kecewa dan penolakan ini juga diutarakan oleh Put, seorang NCTzen atau penggemar NCT:

“Yang ngebuat aku nya itu ‘ini udah, entah SM (agensi) yang ga ada respect entah idolnya ga respect’ itu pas Doyoung bilang ‘aku juga senang dengan kerja sama ini’. Di sana lagi panasnya-panasnya lho, anak-anak lagi dibombardier, ibu-ibu dan orang tua yang ga bersalah jadi korban. Mereka banyak yang meninggal. Di tengah kondisi ini aku berharapnya mereka nunjukin empati, ini malah ngepromosiin brand-brand yang udah jelas-jelas kerjasama dengan Israel. Semenjak itu aku udah “See you goodbye!” (Wawancara dengan Put, 2024)

Put mengungkapkan rasa kecewanya terhadap Doyoung, member NCT dan agensi yang menaunginya. Doyoung mengunggah foto boneka salju yang memakai bucket McD bertepatan pada hari natal di tanggal 25 Desember 2023. Terpilihnya Doyoung sebagai wajah baru McD juga dikonfirmasi juga oleh agensinya, yaitu SM Entertainment. Sementara itu perseteruan Palestina-Israel terus memanas dan wilayah Gaza terus mengalami invasi oleh militer Israel semenjak konflik kembali pecah pada tanggal 7 Oktober 2023. Namun Doyoung secara ekplisit menyatakan ‘rasa senang’ dengan kerja sama tersebut. Hal ini dipandang oleh Put sebagai bukti kurangnya kepekaan atau rasa simpati terhadap penderitaan yang dialami rakyat Palestina, yang kemudian memicu rasa kecewanya. Kalimat *“see you goodbye”* menunjukkan penolakan tegas oleh Put terhadap tindakan idolnya.

Put juga menjelaskan keputusannya untuk meninggalkan idol yang disukainya semakin bulat setelah salah satu sub unit NCT secara terang-terangan menyatakan kerja sama dengan Starbucks, yang juga masuk dalam daftar salah satu produk yang di boikot:

“Ada beberapa fans yang, ‘kita nunggu aja, kita edukasi dulu mereka’. Ya aku lihatnya hubungan kami dengan idol dan fans di tengah isu ini, ngelewat in tiga tahap. Pertama itu, edukasi idol atau ngasih tahu mereka. Terus kedua, mereka tahu dan notice apa yang sedang terjadi. Ketiga, mereka speak up tentang isu ini. Tapi genosida di

Palestina itu lagi berapi-apinya. Dan aku ga mau ngehype mereka dengan alasan 'blah blah edukasi' dan tutup mata dengan apa yang sedang terjadi di sana. Semenjak kasus Doyoung di Desember itu, aku ga respect lagi dan unfollow mereka. Kemudian tiba-tiba muncul NCT x Starbucks, terus ada tulisan tangan member 'I love starbucks', aku yang kayak WOW, KOK GINI! Apa mereka engga belajar dari kasus yang udah. Ya udah, aku ga bakal lagi hype mereka, apa ya namanya aku sekarang unstand kah? Ya, aku ninggalin mereka" (Wawancara dengan Put)

Put menyatakan bahwa genosida yang terjadi di Palestina semakin mendesak dan serius, sementara jalan edukasi yang ditempuh fans menurutnya tidak memadai. Benih-benih kekecewaan Put yang mulai muncul semenjak insiden idol Doyoung pada bulan Desember dan semakin diperparah ketika salah satu unit grup NCT tersebut kembali bekerja sama dengan Starbucks. Dari sejumlah kejadian tersebut, membuat Put memutuskan untuk berhenti mendukung grup NCT, menunjukkan perubahan sikap yang kuat dari penggemar yang tadinya sangat mendukung menjadi oposisi terhadap idolanya.

Bentuk perlawanan yang ditunjukkan oleh May dan Put yaitu berupa keputusan untuk *unfollow* serta *unstand* jika grup atau idol terlibat. Aksi *block* dan *unfollow* yang dilakukan penggemar dianggap sebagai bentuk perlawanan. Sejalan dengan itu, bentuk perlawanan ini disebut Lilja (2022) sebagai *'breaking'*. Hal ini merujuk pada strategi yang dilakukan dalam perlawanan yaitu dengan mematahkan dan secara terbuka menantang kekuasaan. Beberapa aksi yang termasuk dalam kategori perlawanan ini misalnya, pemogokan, protes dan boikot konsumen (Lilja, 2022). Tindakan fans ini dapat dipahami sebagai bentuk emosional dan afeksi. Artinya, mereka ingin menjadikan objek yang mereka sukai menjadi lebih baik. Ketika mereka menemukan sesuatu yang tidak mereka setuju pada idol, dalam studi Porat (2007) ketika sekelompok penggemar melihat objek yang mereka gemari, terlibat dalam representasi bermasalah terkait isu sosial, para fans cenderung menjadi lebih kritis (Wulandari & Aji, 2022). Kondisi ini terjadi karena fans memiliki ikatan atau *'intimacy'* yang kuat dengan idolnya (Chen, 2024). Sehingga ketika mereka merasa nilai dan perilaku idolnya tidak sesuai dengan keyakinan mereka, fans terdorong untuk menyuarakan perubahan melalui berbagai aksi protes yang relevan (Ardiani, 2024).

Dalam konteks penelitian ini, tindakan fans K-Pop muslim dalam mengkritik idol mereka dapat dimengerti sebagai bentuk perlawanan yang diusahakan untuk mempertahankan nilai-nilai moral dan identitas keagamaan mereka. Meskipun May dan Put berasal dari latar belakang fandom yang berbeda, namun dari respons keduanya terkait hubungan kerja sama idol ini menunjukkan tiga sikap perlawanan. *Pertama*, perlawanan secara aktif. Hal ini terlihat dari tanggapan keduanya yang memilih *unstand* atau berhenti mendukung berbagai kegiatan idol yang mereka gemari karena bertentangan dengan prinsip moral yang mereka yakini. *Kedua*, kritik terhadap kurangnya rasa empati. Ketika idol keduanya tidak menunjukkan rasa empati dengan apa yang terjadi di Palestina, fans merasa kecewa. Kekecewaan ini kemudian tumbuh dan menjadi dasar sikap perlawanan mereka. *Ketiga*, penolakan terhadap narasi edukasi. Hal ini dapat dilihat dari pernyataan May, dia tidak ingin terus 'membela' idolanya dengan alasan edukasi, menurutnya pada saat ini, krisis kemanusiaan di Palestina lebih mendesak dan tindakan nyata lebih penting daripada menunggu idola menjadi sadar. Dapat disimpulkan, sikap penolakan fans didasarkan kesadaran bahwa tindakan idol bertentangan dengan nilai kemanusiaan, keadilan dan religius yang mereka yakini. Pada akhirnya melahirkan kekecewaan terhadap idol yang tidak responsif atau cenderung bungkam terhadap isu konflik Israel-Palestina.

3.3 Respon Fans: Negosiasi Dukungan Fans terhadap Idol

Individu sebagai makhluk sosial hidup dalam arena yang terus berubah dan dinamis melalui adaptasi dan interaksi lintas identitas. Pada gilirannya, individu menegosiasikan aspek-aspek dalam hidupnya untuk bisa tetap relevan dalam konteks sosial yang kompleks. Negosiasi ini mencakup berbagai dimensi, seperti nilai, kepentingan, yang saling mempengaruhi dalam upaya individu untuk menemukan keseimbangan antara kebutuhan pribadi dan tuntutan sosial (Viola, 2015). Memang, seorang individu tidak diwajibkan untuk memenuhi keinginan orang lain. Namun dalam kerangka etis, seperti yang dijelaskan Cohen (2002), sebagian besar tradisi moral dan agama mengharuskan manusia dilihat dan diperlakukan sebagai makhluk yang memiliki martabat yang mendasar. Sehingga implikasi dari pandangan tersebut adalah sikap negosiasi etis yang menjadikan individu menghormati hak dasar pihak lain (Cohen, 2002)

Dalam konteks penelitian ini, fans menyuarakan nilai moral dan etis mereka, dengan menegosiasikan dukungan yang diberikan kepada idol. Menyadari bahwa Palestina merupakan pihak yang paling dirugikan dalam konflik yang berlangsung, mereka berusaha menyeimbangkan kesetiaan terhadap idolnya. Salah satu cara yang ditempuh dalam proses ini yaitu fans kemudian mengkritik agensi atau perusahaan yang menaungi idol. Jika dilihat lebih jauh, idol berada di bawah agensi yang mengelola beragam aktivitas mereka. Sehingga segala bentuk kerja sama atau kolaborasi komersial dengan berbagai produk harusnya melewati agensi terlebih dahulu. Kondisi ini kemudian menjadi alasan beberapa fans untuk tidak menyalahkan idol sepenuhnya serta melihat agensi sebagai pihak yang bertanggung jawab atas promosi beberapa produk yang diiklankan oleh idol. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Put:

“Mereka (idol) dibawah naungan agensi kan, udah tanda tangan kontrak. Misal kayak brand McD dan Starbucks. Kita juga tahu kalo mereka brand-brand itu support Israel. Tapi di satu sisi sebelum boykot-boykot ini, mereka udah duluan jalanin kontrak di bawah agensi. Gimana konsekuensi dari kontrak itu jika dilanggar kan kita tau ya. Dan dibalik kerja sama itu, selain dari alasan harus bayar denda, kalo mereka berhenti yang dirugikan mungkin bukan cuman mereka sendiri. Ada pihak-pihak yang lain yang kena imbasnya. Mereka juga tentunya berpikir panjang. Terus belum lagi image mereka. Menurutku, bagi mereka yang sebelumnya udah kerja sama, mungkin bisa dimaafkan, karena pertimbangan alasan lain di balik itu” (Wawancara dengan Put, 2024)

Menurut Put, sosok idol tidak bisa dilepaskan dari *control* agensi termasuk aturan kerja sama dengan berbagai brand, bahkan dengan brand yang diketahui berafiliasi dengan Israel. Citra idol yang dikomersialkan ini seperti disebutkan oleh Kang (2017) telah menuai banyak kritik karena agensi bertanggung jawab atas segala hal yang ditampilkan idol. Dari sudut pandang fans, seperti Put, kondisi ini menjadi pembenaran untuk tetap mendukung idolnya, terlepas mereka terlibat dengan produk yang disarankan untuk di boikot.

“Bisa kita bilang, kalo konsumsi pribadi itu idol ga bisa dihindari. Karena itu minumannya, atau mungkin karena kebiasaan dia, dan itu hak dia untuk konsumsi atau engga. Tapi engga secara terang-terangan gitu juga, soalnya kan mereka public figure. Bisa aja dengan mereka minum itu, ratusan mereka bakal mereka ngikutin” (Wawancara dengan Put, 2024)

Put mengungkapkan bahwa konsumsi makanan dan minuman idol bukan suatu hal yang bisa diaturnya, ia melihat bahwa idol memiliki hak dan kebebasan untuk mengkonsumsi apapun dalam kehidupan pribadinya. Bagi Put, hal ini bisa dipertimbangkan selama mereka tidak mengkonsumsinya di depan public. Di sisi lain, Rin, merupakan seorang Army, ia melihat lebih jauh bahwa kendali agensi terhadap idol tidak hanya sebagai pihak yang memutuskan iklan komersil tetapi juga termasuk aturan mereka terhadap citra apa yang idol tunjukkan di depan publik:

“Mereka itu dikendalikan sama agensi, jadi otomatis mereka juga terikat sama agensi. Kayak karakter mereka harus gini, terus actionnya gini. Harus sempurna tidak boleh ada kekurangan apa-apapun, itu semua kan karangan agensi. Jadi mereka gitu ya karena agensi mereka” (Wawancara dengan Rin, 2024)

“Tapi bukan berarti aku membela mereka ya, kan kita engga tau juga mereka mendukung pihak mana. Intinya di sini adalah, karena mereka di bawah agensi mereka ngelakuin promosi dan nge post itu. terlepas mereka ngedukung atau engga, yang jelas kita sendiri yang ngedukung Palestina. Terus kalo mereka ga ngedukung berarti kita juga tutup mata dan ga ngedukung, ya engga gitu dong” (Wawancara dengan Rin, 2024)

Terlepas dari idol diatur oleh agensi yang paling penting menurut Rin adalah bahwa fans harus memiliki pendirian sendiri terkait isu-isu kemanusiaan seperti Palestina. Ia menegaskan bahwa sebagai manusia, mendukung Palestina tidak bergantung pada sikap idol. Rin menyatakan jika idol tidak menyuarakan keberpihakannya atas Palestina bukan berarti hal itu menjadi alasan untuk fans lainnya untuk menutup mata. Dengan kesadaran ini, Rin memutuskan untuk mendukung Palestina tanpa bergantung pada sikap idonya. Hal ini kemudian memunculkan sikap Rin yang tetap setia kepada idolnya dalam hal hiburan:

“Pas isu ini mereda, fans mereka bakal balik lagi. Aku sendiri mengakui itu juga, dua bulan atau tiga bulan setelah itu, aku juga balik lagi. Soalnya aku ya juga mencoba positive thinking, mereka kan juga belum speak up” (Wawancara dengan Rin, 2024)

Menurut Rin, wajar jika beberapa penggemar melakukan hal ini, karena postingan tersebut merupakan hasil dari control agensi. Rin juga percaya hingga sekarang tidak ada kejelasan mengenai apakah idol tersebut mendukung salah satu pihak dalam konflik:

“Kalo mereka dengan jelas bilang ‘aku pro Israel’, aku bakal totalitas dan sepenuhnya ninggalin. Masalahnya sekarang belum ada kejelasan. Terus ada fans yang membenarkan kan, “ini mungkin dari agensi segala macam” Emang iya, wajar dong orang membenarkan, karena sejauh ini kita engga tau dia mihak ke mana” (Wawancara dengan Rin, 2024)

Rin tetap mengutamakan dukungannya terhadap Palestina dengan tidak mengkonsumsi dan membeli produk-produk yang dianjurkan untuk diboikot, tapi di sisi lain ia memahami bahwa tindakan idol memposting brand tersebut juga tidak bisa dipisahkan dari aturan agensi, sehingga ia tidak ingin terburu-buru menjustifikasi sosok idol tersebut. Hal ini kemudian menjadi alasan bagi Rin untuk tetap setia mendukung idolnya karena idol tersebut memberi hiburan dan

kenyamanan bagi dirinya. Namun, jika suatu saat grup yang diidolakan Rin menunjukkan keberpihakannya pada Israel, ia akan mengambil sikap tegas dan mundur sepenuhnya sebagai fans. Tanggapan Rin tersebut menunjukkan fans juga memiliki kecenderungan untuk menerima atau menolak informasi secara impulsif karena dipengaruhi oleh ikatan emosional fans terhadap idol mereka, yang sering kali memicu reaksi defensif atau bahkan penolakan terhadap informasi yang dianggap dapat merusak citra idol.

Sebagaimana diketahui, bahwa agensi K-Pop memanfaatkan loyalitas fans untuk meningkatkan keuntungan. Salah satunya adalah menjalin kolaborasi dengan brand tertentu atau membuat barang-barang yang berhubungan dengan idol (Ardhiyansyah et al., 2021). Ketika idol terlibat dalam kolaborasi dengan brand yang terafiliasi dengan Israel, fans Muslim menilai tindakan ini dengan berlindung di bawah narasi "kontrol agensi." Kondisi ini mendorong fans untuk bernegosiasi dalam menentukan sikap; apakah mereka akan meninggalkan atau mempertimbangkan kembali dukungan terhadap idol tersebut. Sikap negosiasi ini dipengaruhi oleh pengalaman dan informasi baru yang diperoleh oleh fans, yang dapat menimbulkan konflik dengan keyakinan dan nilai-nilai yang mereka anut. Informasi tersebut mencakup wawasan tentang konteks profesionalitas idol, dampak sosial atau politik dari kerja sama tersebut, serta diskusi di kalangan komunitas fans. Selain itu, Put dan Rin cenderung menunjukkan sikap praktis dengan melihat situasi: agensi, idol dan promosi-promosi yang terkait dengan berbagai produk merupakan sebuah kenyataan yang terjadi di industry hiburan dan idolanya tidak dapat menghindari hal itu. Karena itu Put dan Rin menggunakan pemahaman ini untuk mempertimbangkan dan tetap mendukung idol mereka.

3.4 Identitas Sebagai Fans dan Muslim

May, Put dan Rin merupakan fans K-Pop dengan latar belakang muslim. Namun, di sisi lain ketiga informan memiliki rasa loyal secara emosional sehingga masih mendukung idol. Hal ini menjadi penting, karena secara tidak langsung, dukungan mereka menunjukkan adanya dualisme identitas, yaitu sebagai fans dan muslim. Salah satu informan, May, saat ditanyai bagaimana harapannya terhadap grup BTS dalam menanggapi isu ini. May menjawab dengan lugas *"Ini aku jawabnya sebagai fans atau pribadi aku sebagai muslim?"*. Pertanyaan tersebut menunjukkan adanya kesadaran fans antara dua identitas yaitu sebagai muslim dan fans, serta menjadi penjelasan bagi mereka untuk menentukan sikap berdasarkan konteks tertentu. Seperti May yang mengungkapkan tentang keprihatinannya:

"Sebenarnya ya berharap banget mereka bisa ngomong dan vocal, apalagi pengaruh mereka besar. Harapan aku sendiri, sebagai muslim dan dari kacamata kemanusiaan aku sendiri ya kalo liat di Rafah dan Gaza itu ya, aduh, sedih lho. Kalo misalnya mereka juga engga bisa tapi seenggaknya mereka ngak mengglorifikasi atau mempromosikan brand-brand itu"

Namun, May juga menambahkan:

"Tapi sebagai fans, aku mikirnya, kayak mereka (BTS) itu punya batasan, mereka sebagai wajah pemerintah Korea jadi ya mungkin engga bisa vocal atau terus terang tentang keberpihakan mereka. Kalo mereka di sana dicancel hanya karena terlibat dalam isu ini, jadi engga adil banget buat mereka. Itu yang aku pertimbangkan"

Jika tanggapan May yang pertama menunjukkan kesedihannya dari kacamata sebagai

muslim terhadap konflik dan situasi yang terjadi di Palestina. Namun berbeda dengan tanggapannya yang kedua, sebagai fans ia memutuskan untuk mempertimbangkan kembali dukungannya karena khawatir idolnya akan menghadapi *cancel culture*. Menurut Huang et al. (2023) kondisi ini merupakan hal yang lazim dalam dunia fandom. Terdapat kesepakatan umum dalam dunia fans agar tidak terlibat dengan isu-isu politik dan kontroversial. Fans maupun idol sering kali menghindari sikap yang bisa dianggap "memusuhi" atau menentang negara. Jika seorang idola dianggap terlibat dalam tindakan atau pernyataan yang bisa dilihat sebagai kritik terhadap pemerintah tertentu, mereka berisiko kehilangan dukungan dan persetujuan dari media yang dikontrol atau disetujui oleh negara. Jika hal ini terjadi, seperti yang telah dijabarkan dari data di atas, fans secara emosional tentu saja akan dilemma atau bahkan merasa kecewa. Pernyataan informan di atas menunjukkan bagaimana ia menavigasi identitasnya sebagai seorang muslim dan fans. Hal yang sama juga diungkapkan oleh Rin:

"Mereka juga butuh keuntungan uang dan sorotan. Dengan mereka ngepromosikan itu mereka pasti dapat keuntungan komersial, siapa yang mau kalo dapat keuntungan sebanyak itu toh mereka bekerja jadi idol juga tujuannya untuk itu. Tapi kan kita dibatasi sama iman makanya kita tau sedangkan mereka kan engga. Kita berdiri dan boikot demi kemanusiaan apalagi korban di Palestina itu saudara kita sendiri" (Wawancara dengan Rin, 2024)

Di sisi lain, Rin juga menyatakan:

"Tapi ya aku mencoba untuk tetap positive thinking aja, soalnya BTS sendiri belum speak up apa-apa. Kita sama mereka sebenarnya udah beda jalan, ya tapi kita suka aja karena mereka ada sisi baiknya, lagunya menghibur dan bikin semangat. Pas lihat postingan Tae yang kentang McD, saat itu aku kurang respect aja ke dia. Aku sendiri ikut block dia waktu itu, sempat unfollow juga. Kadang-kadang kalau ada rasa bersalah, unfollow. Terus kalo pengen lagi, jadi follow" (Wawancara dengan Rin, 2024)

Rin menunjukkan adanya kesadaran sebagai muslim yang harus membela saudaranya masyarakat Palestina karena keterikatan iman. Namun, ia juga tidak bisa lepas dari idol grup yang digemari. Pernyataan *'Kadang-kadang kalau ada rasa bersalah, unfollow. Terus kalo pengen lagi, jadi follow'* menunjukkan ia masih lekat dengan identitasnya sebagai fans. Kondisi ini menyebabkan Rin sendiri mengalami perasaan tarik-ulur atas dukungan terhadap idolnya.

Respons serta jawaban kedua fans di atas menunjukkan terdapat dua faktor utama yang melatari tindakan fans dalam menanggapi terlibatnya idol mereka. *Pertama*, identitas mereka sebagai muslim. Kondisi warga Palestina yang memilukan bukan hanya persoalan agama melainkan tragedi kemanusiaan (Falevi, et al., 2024). Bagi umat Islam khususnya, situasi ini memicu reaksi emosional yang mendalam. Selain berbagi identitas yang sama dengan mayoritas warga Palestina, tanah Palestina sendiri menjadi salah satu simbol religius yang penting dalam agama Islam (Fatah, 2017). Karena itu konflik yang semakin memanas tidak hanya mempengaruhi muslim dari segi kemanusiaan melainkan juga menyentuh aspek religius dan spiritual mereka.

Kedua, identitas sebagai fans. Penggemar memiliki ikatan yang kuat dengan idol mereka yang seringnya bahkan dianggap sebagai panutan atau inspirasi (Sumirna et al., 2023). Sehingga bagi fans dalam studi ini, mengalami kesulitan untuk melepaskan sepenuhnya dukungan

terhadap idol tersebut. Dalam kasus Put, May dan Rin, yang merupakan muslim mereka pada akhirnya menegosiasikan dukungan terhadap idol mereka. Dalam artian, ketiganya tetap mendukung idolanya akan tetapi dalam batasan dan kondisi tertentu. Batasan yang mereka tetapkan sebagai fans Muslim adalah, selama idol mereka tidak secara vokal menunjukkan keberpihakannya pada pihak Israel, mereka masih merasa bisa mendukungnya. Namun, jika idol mereka secara jelas menunjukkan dukungan kepada Israel, mereka akan mundur dan berhenti mendukung.

Dukungan yang bersifat kondisional ini juga berdampak pada identitas fans yang menjadi semakin kompleks. Mereka berusaha menyeimbangkan kesetiaan sebagai fans dan komitmen terhadap nilai-nilai agama serta kemanusiaan. Kondisi fans dalam memaknai identitas ini seperti dijelaskan oleh Porat (2014) merupakan hasil dari pengalaman praktis seseorang setelah ia memilih, menimbang dan menyerap serta mempertahankan elemen dasar identitasnya agar tetap menghubungkannya dengan masyarakat. Artinya, identitas mereka terbentuk melalui proses negosiasi serta mempertimbangkan nilai-nilai personal, dan tuntutan sosial. Huang et al. (2023) mengungkapkansaat menghadapi konflik seperti ini individu cenderung menegosiasikan kedua jenis identitasnya: baik dengan mendamaikannya untuk hidup atau dengan meninggalkan salah satunya. Dalam studi ini dapat kita lihat bahwa fans muslim berusaha menjaga identitasnya dengan tetap selaras atau setidaknya tidak memilih jalan yang bertentangan sehingga mereka tidak perlu meninggalkan salah satunya.

Proses pembentukan identitas mendorong individu untuk meninjau kembali aspek diri mereka dan terlibat dalam berbagai strategi negosiasi guna menyelaraskan pandangan pribadi dengan tindakan yang diambil (Chatman et al., 2006). Seperti yang dijelaskan oleh Kraus (2006) dan Mistry & Wu (2010) identitas merupakan sesuatu yang dibangun melalui interaksi sosial, bukan keputusan pribadi semata. Identitas dengan demikian terbentuk melalui proses pembelajaran, pengalaman hidup, nilai-nilai yang dianut, dan pengaruh dari lingkungan dan sosial budaya. Dalam konteks modernitas Kraus (2006) menjelaskan identitas seseorang akan menjadi lebih fleksibel dan bergeser ke tangan individu dibandingkan mencari koherensi dengan struktur sosial tertentu. Bagai cerita tanpa penutup, identitas kemudian selalu berkembang melalui informasi, pengalaman dan hubungan baru.

Dalam proses negosiasi ini individu kerap menghadapi ambiguitas dengan dinamika identitas yang tidak selalu mudah didefinisikan secara mudah dan stabil (Huang, et al., 2023). Hal ini sejalan dengan temuan penelitian yang menunjukkan bahwa reaksi fans terhadap idol mereka juga menciptakan ambiguitas. Mereka menunjukkan perlawanan tetapi dengan memberi dukungan secara kondisional kepada idolnya justru memberikan kontribusi bagi pihak yang dikritisi. Informasi serta pengalaman baru yang diresapi oleh fans muslim dari peristiwa terlibatnya idol mereka dengan produk terafiliasi dengan Israel, menjadikan identitas mereka lebih kompleks. Dalam konteks penelitian ini, dapat dipahami bahwa identitas mereka tidak hanya dibentuk oleh budaya populer seperti K-Pop, tetapi juga dipengaruhi oleh nilai-nilai keagamaan, pandangan moral dan etis serta isu-isu global yang terus berkembang dan menjadi perhatian.

Dari studi kasus May, Put dan Rin di atas, menggambarkan bagaimana identitas fans melebur karena realitas sosial yang berubah. Melalui proses ini, terlihat bahwa fans mampu mengembangkan strategi tersendiri untuk mendukung idol secara selektif, yaitu dengan memilih dukungan yang kondisional atau mengkritisi tindakan idol jika dirasa bertentangan dengan prinsip mereka. Mengingat situasi yang hingga saat ini belum ditemukan titik terang bagi fans, diperlukan kebijakan yang lebih transparan dan etis dari agensi hiburan dalam menentukan afiliasi merek serta tanggung jawab sosial idol terhadap isu-isu global. Di samping itu, penting

bagi penggemar untuk tetap aktif dalam memperjuangkan nilai-nilai yang mereka yakini, sehingga pilihan konsumsi mereka mencerminkan komitmen terhadap isu-isu sosial dan tidak hanya berkisar pada hiburan semata.

Penelitian ini berkontribusi pada perdebatan identitas fans yang seringkali dianggap pasif, terutama fans K-Pop yang seringkali dipandang sebagai konsumen semata. Penelitian ini menunjukkan bahwa fans dapat merasakan tekanan dan keharusan untuk menghindari atau terlibat dalam isu konflik yang melibatkan idolanya. Praktik perlawanan yang dilakukan oleh fans muslim membawa kita pada pemahaman bahwa fans secara aktual memahami dan terlibat dalam isu sosial, kemanusiaan dan agama. Mereka berusaha tetap selaras dengan nilai-nilai agama atau kemanusiaan yang mereka yakini atau setidaknya tidak memilih jalan yang bertentangan dengan agama mereka, sehingga tidak perlu meninggalkan baju identitas salah satu dari keduanya, baik sebagai fans atau muslim.

4. Simpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa fans Muslim menghadapi dilema identitas ketika idola K-Pop mereka terlibat dalam promosi produk yang berafiliasi dengan Israel. Hal ini dapat dilihat dari respon mereka yang terbagi menjadi dua bentuk yaitu perlawanan dan negosiasi dalam memberi dukungan. Perlawanan ini disebabkan oleh kesadaran mereka atas nilai-nilai sosial yang tidak sejalan dengan prinsip keadilan dan kemanusiaan yang mereka pegang. Dari tanggapan fans di atas dapat dilihat tindakan yang dilakukan oleh fans yaitu, mengkritik tindakan idol yang mempromosikan produk yang terafiliasi dengan Israel dan tidak membeli produk yang disarankan untuk diboikot bahkan jika idolnya yang terlibat dalam promosi produk tersebut. Di sisi lain fans juga menunjukkan sikap negosiasi ketika idol yang mereka gemari terlibat dalam isu konflik. Fans yang memilih untuk menegosiasikan dukungan mereka dengan alasan profesionalitas idola serta kendali dari agensi. Kondisi ini mendorong fans untuk bernegosiasi dalam menentukan sikap; apakah mereka akan meninggalkan atau mempertimbangkan kembali dukungan terhadap idol tersebut.

Dalam penelitian ini fans cenderung menunjukkan sikap yang oportunis, mereka lebih cenderung berkompromi dengan dukungan kondisional, sehingga loyalitas mereka pada idola disesuaikan berdasarkan situasi tanpa harus melepas totalitas dukungan. Situasi ini mencerminkan kompleksitas identitas mereka sebagai fans dan muslim, di mana aspek budaya dan spiritual saling berinteraksi dalam membentuk respon mereka terhadap tindakan idol yang terlibat dengan produk afiliasi Israel. Hal ini menggambarkan identitas yang tidak statis, melainkan selalu dalam proses pembentukan, sejalan dengan pengalaman baru dan pengaruh sosial.

Meskipun sebagian besar fans menunjukkan sikap kritis, industri hiburan juga memegang peranan penting dalam menciptakan kebijakan yang lebih etis dan transparan untuk meminimalkan konflik semacam ini. Transparansi dari agensi dan sikap empati dari idola terhadap isu-isu kemanusiaan dapat membantu fans dalam mendukung idola mereka tanpa harus bertentangan dengan prinsip pribadi mereka.

Studi ini meskipun dilakukan dalam skala kecil yang melibatkan tiga orang penggemar, diharapkan dapat memberikan gambaran awal mengenai kompleksitas identitas fans Muslim dalam merespons keterlibatan idola K-Pop mereka dengan isu-isu global, khususnya konflik Israel-Palestina. Hasil penelitian ini dapat menjadi landasan bagi studi yang lebih mendalam dan lebih luas, yang melibatkan lebih banyak partisipan dan perspektif fans K-Pop, sehingga dapat menggali lebih jauh tentang dinamika identitas penggemar.

Referensi

- Achondo, L. (2021). A Cry for Palestine: Vocal Practice and Imaginaries of Palestinian-Ness Among Chilean Football Supporters Of Club Deportivo Palestino. *Ethnomusicology Forum*, 30(2).
- Alijoyo, A., Wijaya, B., & Jacob, I. (2022). Semi-Structured Interview. In *The SAGE Encyclopedia of Research Design*. Center for Risk Management & Sustainability. <https://doi.org/10.4135/9781071812082.n555>
- Aprina, F. H., Firman Ashaf, A., & Windah, A. (2024). Aktivisme Digital Fandom Kpop NCTzen Sebagai Wujud Positif Interaksi Parasosial (Studi pada Akun X @nctzenhumanity). *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 8(1).
- Archer, A. (2021). Fans, Crimes and Misdemeanors: Fandom and the Ethics of Love. *Journal of Ethics*, 25(4), 543–566. <https://doi.org/10.1007/s10892-021-09371-5>
- Ardhiyansyah, A., Maharani, D. P., Santi, S. P., & Mansur, U. (2021, June 15). K-Pop Marketing Tactics That Build Fanatical Behavior. *ICEMAC 2020: International Conference on Economics, Management, and Accounting*. <https://doi.org/10.11594/nstp.2021.1007>
- Ardiani, A. T. (2024, May 31). *Ragam Aksi Protes Penggemar K-Pop Imbas Kolaborasi Sang Idola dengan Produk Pro Israel*. Kompasiana. <https://www.kompasiana.com/almiratsaniya/66595df834777c31ee7efef3/ragam-aksi-protess-penggemar-k-pop-imbaskolaborasi-sang-idola-dengan-produk-pro-israel?page=all#section1>
- Barghouti, O. (2011). *BDS: Boycott, Divestment, Sanctions The Global Struggle For Palestinian Rights*. Haymarket Books.
- Chatman, C. M., Eccles, J., & Malanchuk, O. (2006). Identity Negotiation in Everyday Settings. In *Navigating the Future: Social Identity, Coping, and Life Tasks*. Russel Sage Foundation.
- Cohen, J. R. (2002). The Ethics of Respect in Negotiation. *Negotiaton Journal*.
- Coscarelli, J. (2020). Why Obsessive K-Pop Fans Are Turning Toward Political Activism. *Gale Academic OneFile*.
- El-Sakka, A. (2023). Long-distance Supporters Barca and Real Fans in Palestine. *Arab Youth*, 93–100.
- Fachrosi, E., Tia Fani, D., Fadhila Lubis, R., Bella Aritonang, N., Azizah, N., Reza Saragih, D., & Malik, F. (2020). Dinamika Fanatisme Penggemar K-Pop pada Komunitas BTS-Army Medan The Dynamics of K-Pop Fanaticism in the BTS-Army Medan Community. *Jurnal Diversita*, 6(2). <https://doi.org/10.31289/diversita.v6i2.3782>
- Falevi, A., Zian, R., Astuti, & Mirsa. (2024). Intervensi Prinsip Responsibility To Protect Terhadap Masyarakat Sipil dalam Situasi Perang Israel – Palestina Tahun 2023. *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora Dan Politik (JIHHP)*, 4(5).
- Fatah, A. (2017). Keberkahan Al-Aqsha Perspektif Hermeneutika Schleiermacher. *JURNAL PENELITIAN*, 14(1), 1. <https://doi.org/10.28918/jupe.v14i1.807>
- Feirisa, D. R. (2023, December 2). *Daftar Brand Fashion yang Terafiliasi dengan Israel*. Detik.Com.
- Huang, Q., Driessen, S., & Trottier, D. (2023). When Pop and Politics Collide: A Transcultural Perspective on Contested Practices in Pop Idol Fandoms in China and The West. *International Journal of Communication*, 17, 1425–1444. <http://ijoc.org>.
- Huat, C. B. (2018). Pop Culture And Soft Power Competition In East Asia. In Y. Watanabe (Ed.), *Handbook of Cultural Security*. Edward-Elgar Publishing.
- Ichen, C. (2024). Distance and Intimacy: An Introduction to the Characteristics of Japan's Idol Image. *TALENTA Conference Series: Local Wisdom, Social and Arts*, 7(3). <https://doi.org/10.32734/lwsa.v7i3.2110>
- Irmanto, V. R., & Tjiptono, F. (2013). Motivasi dan Perilaku Penggemar K-Pop di Daerah Istimewa Yogyakarta. *MODUS*, 23(1), 2013. www.allkpop.com,
- Jenkins, H. (2012). *Textual Poachers, Television Fans and Participatory Culture*. Routledge.
- Kang, J., Lee, M., Park, E., Ko, M., Lee, M., & Han, J. (2019). *Alliance for My Idol: Analyzing the K-pop Fandom Collab*.
- Kang, J. M. (2017). Rediscovering the idols: K-pop idols behind the mask. *Celebrity Studies*, 8(1), 136–141.

- <https://doi.org/10.1080/19392397.2016.1272859>
- Kang, J. M. (2023). The Politics of Being a K-Pop Fan: Korean Fandom and the “Cancel the Japan Tour” Protest. *International Journal of Communication*, 17, 1019–1037. <http://ijoc.org>.
- 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). www.JSR.org
- Kraus, W. (2006). The Narrative Negotiation of Identity And Belonging. *Narrative Inquiry*, 16(1), 103–111.
- Kurniawan, A. F., Wjiyanto, & Manar, D. G. (2022). Analisis Etnografi Virtual: Aktivisme Fans K-Pop di Media Sosial Dalam Kasus Omnibus Law. *Journal of Politic and Government Studies*, 11(4), 118–128.
- Lilja, M. (2022). The Definition of Resistance. *Journal of Political Power*, 15(2), 202–220. <https://doi.org/10.1080/2158379X.2022.2061127>
- Mistry, J., & Wu, J. (2010). Navigating Cultural Worlds and Negotiating Identities. *Human Development*, 53(1), 5–25. <https://doi.org/10.2307/26764939>
- Mohd Jenol, N. A., & Ahmad Pazil, N. H. (2022). “I Found My Talent After I Become A K-Pop Fan”: K-Pop Participatory Culture Unleashing Talents Among Malaysian Youth. *Cogent Social Sciences*, 8(1). <https://doi.org/10.1080/23311886.2022.2062914>
- Nugrahmi, F. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa* (Issue 1). <http://e-journal.usd.ac.id/index.php/LLT%0Ahttp://jurnal.untan.ac.id/index.php/jpdpb/article/viewFile/11345/10753%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.04.758%0Awww.iosrjournals.org>
- Ode Sumirna, W., Fajar Maulana, H., Rizal Ardiansah Putra, M., & Muhammadiyah Buton Baubau. (2023). Hubungan Parasosial Antara Fangirl dan Selebriti K-Pop. *JIMPS: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, 8(3), 1612–1626. <https://doi.org/10.24815/jimps.v8i3.25238>
- Porat, A. Ben. (2007). Death to The Arabs: The Right-Wing Fan’s Fear. *Soccer & Society*, 9(1–13). <https://doi.org/10.1080/14660970701616662>
- Porat, A. Ben. (2014). Who Are We? My Club? My People? My State? The Dilemma of The Arab Soccer Fan In Israel. *International Review For The Sociology Of Sport*, 49(2), 175–189. <https://doi.org/10.1177/1012690212458506>
- Purba, R., & Solekhah, N. (2017). KESETIAKAWANAN FANS K-POP DI ERA DIGITAL THE SOLIDARITY OF K-POP FANS IN THE DIGITAL ERA. *Media Informasi Penelitian Kesejahteraan Sosial*, 43(2).
- Rizaty, M. A. (2023, December). 8 Negara dengan Penggemar BTS Terbanyak di Dunia. Data Indonesia. <https://dataindonesia.id/varia/detail/8-negara-dengan-penggemar-bts-terbanyak-di-dunia>
- Rosalyn Anwar, C. (2018). Mahasiswa Dan K-Pop (Studi Interaksi Simbolik K-Popers di Makassar). *Jurnal Ilmu Komunikasi UPN Veteran Jatim*, 1(1). <https://www.researchgate.net/publication/379898447>
- Rusandi, & Rusli, M. (2021). *Merancang Penelitian Kualitatif Dasar/Deskriptif dan Studi Kasus*.
- Shim, D. (2006). Hybridity and The Rise of Korean Popular Culture in Asia. *Media, Culture & Society*, 28(1).
- Shim, D. (2008). The Growth of Korean Cultural Industries and the Korean Wave. In *East Asian Pop Culture, Analysing The Korean Wave*. Hong Kong University Press.
- Stern, J. (2016). “Diverse But Not Too Diverse”: Social Identity, Oppression, and “Diverse but not too diverse”: Social Identity, Oppression, and Resistance in Fan Culture Resistance in Fan Culture [Bridgewater State University]. <https://vc.bridgew.edu/>
- Su’adah, F. (2024). Boycott, Divestment, Sanctions (BDS) Movement of Israel Product: Indonesian Response to Palestinian-Israeli Conflict of Religious Moderation Perspective. *Journal of Religion, Social and Culture*, 7(1), 2599–2473. <https://doi.org/10.31538/almada.v7i1.5823>
- Sung, S.-Y. (2014). K-pop Reception and Participatory Fan Culture in Austria. *Cross-Currents: East Asian History and Culture Review*, 3(1), 56–71. <https://doi.org/10.1353/ach.2014.0011>
- Trisnawati, Ri. (2023). Boikot dan Aktivisme: Perilaku Konsumen dalam Isu Konflik Israel-Palestina. *JEBESH: Jurnal of Economics Business and Science of History*, 2(3).
- Ulya, H., & Ayu, K. R. (2024). *Gerakan Sosial Digital; Boikot-Divestasi-Sanksi (BDS) Terhadap Isu Israel-Palestina di Media Sosial*.
- Valenciana, C., & Pudjibudojo, J. K. K. (2022). Korean Wave; Fenomena Budaya Pop Korea pada Remaja Milenial di Indonesia. *Jurnal Diversita*, 8(2), 205–214. <https://doi.org/10.31289/diversita.v8i2.6989>
- Viola, F. (2015). Negotiation of Identities and Negotiation of Values in Multicultural Societies. In *Identity and Migration in Europe: Multidisciplinary Perspectives*. Springer.

Wulandari, S., & Aji, R. I. (2022). Kajian Terhadap Fandom K-Pop (Army & Exo-L) Sebagai Audiens Media dalam Mengonsumsi dan Memaknai Teks Budaya. *Prosiding SNADES 2022 – Desain Kolaborasi Interdisipliner Di Era Digital*. <http://airde.multiply.com>