



Analisis bibliometrik topik budaya *fan* k-pop dan pembentukan identitas kolektif 2016–2025

Romi Ali Yuliansyah¹, Tsakib Makbul Da'i²

¹Jurusan Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, UIN Sunan Gunung Djati Bandung

²Jurusan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial, dan Ilmu Politik, UIN Sunan Gunung Djati Bandung

Informasi Artikel

Article history:

Dikirimkan tgl/bln/thn

Direvisi tgl/bln/thn

Diterima tgl/bln/thn

Kata kunci:

K-Pop

Budaya *fan*

Identitas kolektif

Bibliometrik

Komunitas global

Keywords:

K-Pop

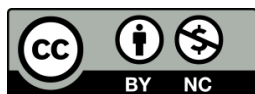
Fan culture

Collective identity

Bibliometric

Global community

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



Abstrak

Fenomena K-Pop telah berkembang melampaui batas hiburan dan menjadi ruang pertemuan budaya tempat penggemar dari berbagai negara membangun rasa kebersamaan dan identitas bersama. Penelitian ini bertujuan memetakan arah dan perkembangan kajian ilmiah tentang budaya *fan* K-Pop dan pembentukan identitas kolektif di tingkat global. Dengan menggunakan pendekatan bibliometrik terhadap publikasi internasional periode 2016–2025, penelitian ini menelusuri pola kolaborasi peneliti, tren topik, serta jejaring pengetahuan yang terbentuk. Hasilnya menunjukkan peningkatan minat yang pesat terhadap topik ini, dengan dominasi kontribusi dari Korea Selatan dan Amerika Serikat, serta munculnya tiga fokus utama: industri budaya, partisipasi digital, dan komunitas *fandom* lintas budaya. Temuan ini memperlihatkan bahwa K-Pop bukan hanya fenomena musik, melainkan juga wujud solidaritas dan identitas global yang tumbuh melalui interaksi manusia di ruang digital.

Abstract

The K-Pop phenomenon has evolved beyond entertainment to become a cultural meeting space where fans from around the world build a shared sense of belonging and collective identity. This study aims to map the direction and development of international research on K-Pop fan culture and collective identity formation. Using a bibliometric approach to analyze publications from 2016 to 2025, the study explores research trends, author collaborations, and emerging thematic networks. The results reveal a growing academic interest in this topic, led by contributions from South Korea and the United States, and identify three main research focuses: cultural industry, digital participation, and cross-cultural fandom communities. These findings suggest that K-Pop is not merely a musical phenomenon but a form of global solidarity and identity shaped through human connection in digital spaces.

Penulis Korespondensi

Romi Ali Yuliansyah

Jurusan Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, UIN Sunan Gunung Djati Bandung

Jl. AH. Nasution No.105, Cipadung Wetan, Kec. Cibiru, Kota Bandung, Jawa Barat 40614

Email: romialijuliansyah01@gmail.com

1. PENDAHULUAN

K-Pop telah berkembang menjadi salah satu ekspresi budaya paling berpengaruh di dunia. Musik, estetika, dan strategi industri yang dikemas dengan cermat menjadikan K-Pop bukan sekadar fenomena hiburan, melainkan jembatan budaya yang mempertemukan beragam identitas. Di banyak negara, para penggemar membangun komunitas yang aktif dan kreatif. Mereka menulis cerita penggemar, membuat karya visual, mengorganisasi kegiatan sosial, serta berinteraksi lintas bahasa melalui media digital (Suprpto et al., 2025; Yannuar & Nazarudin, 2024). Aktivitas ini memperlihatkan bagaimana musik dapat menjadi ruang pertemuan yang memungkinkan seseorang merasakan kebersamaan dan menegaskan siapa dirinya.

Dalam komunitas global tersebut, makna identitas mengalami perluasan. Ia tidak hanya terbentuk oleh latar budaya atau kebangsaan, tetapi juga oleh rasa kedekatan emosional dan pengalaman bersama yang dibangun dalam ruang digital (King-O'Riain, 2021). Menjadi penggemar K-Pop berarti bergabung dalam jaringan sosial yang luas, tempat solidaritas dan rasa memiliki tumbuh melalui interaksi sehari-hari (Azzahra & Aras, 2025). Dari situ muncul pertanyaan menarik mengenai bagaimana identitas kolektif terbentuk, dipelihara, dan dimaknai oleh komunitas yang begitu beragam.

Sejumlah penelitian telah berusaha menjelaskan fenomena tersebut. Ushba Ismail dan Musa Khan meneliti bagaimana penggemar K-Pop di Pakistan membangun identitas sosial mereka di tengah arus global budaya populer (Ismail & Khan, 2025). Di Indonesia, Mawardani et al. (2025) menyoroti munculnya percampuran budaya yang menghasilkan identitas kolektif baru di kalangan penggemar. Penelitian Putri & Fazli (2024) menunjukkan bahwa identitas sosial memiliki pengaruh besar terhadap perilaku konformitas penggemar K-Pop. Sementara itu, studi yang dilakukan oleh Kim & Hutt (2021) tentang kelompok BTS dan komunitas penggemarnya, ARMY, menggambarkan bagaimana *fandom* dapat berkembang menjadi gerakan sosial yang memberi dampak nyata di ruang publik.

Meski penelitian-penelitian tersebut memberikan kontribusi penting dalam memahami hubungan antara *fandom* dan identitas, sebagian besar masih berfokus pada pendekatan kualitatif dan konteks lokal. Belum banyak kajian yang mencoba menelusuri bagaimana topik budaya *fan* dan identitas kolektif berkembang dalam literatur akademik secara global. Keterbatasan ini menimbulkan kebutuhan untuk melakukan telaah bibliometrik guna memetakan arah, tema, serta jejaring pengetahuan yang terbentuk selama lebih dari satu dekade terakhir. Pendekatan bibliometrik membantu membaca peta perjalanan sebuah bidang keilmuan, mulai dari pola publikasi, kolaborasi antarpeneliti, hingga peta konseptual yang muncul dari literatur yang tersebar di berbagai negara.

Melalui analisis publikasi ilmiah yang terbit antara tahun 2016 hingga 2025, penelitian ini berupaya menggambarkan perkembangan riset internasional mengenai budaya *fan* K-Pop dan pembentukan identitas kolektif. Hasil penelitian diharapkan mampu memperlihatkan tren utama, menyoroti tema-tema dominan, serta menunjukkan jaringan kolaborasi akademik yang tumbuh dalam ranah kajian budaya populer. Tujuan utama penelitian ini adalah menghadirkan gambaran menyeluruh tentang perkembangan literatur ilmiah yang membahas budaya *fan* K-Pop dan identitas kolektif. Nilai inovatif penelitian ini terletak pada upayanya menggabungkan pemetaan ilmiah dengan pembacaan sosial, sehingga dapat memperkaya pemahaman tentang bagaimana komunitas digital membangun solidaritas dan mempertegas identitas manusia di tengah arus budaya global yang terus berubah.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan bibliometrik untuk menelusuri perkembangan kajian tentang budaya *fan* K-Pop dan pembentukan identitas kolektif dalam publikasi ilmiah internasional selama periode 2016 hingga 2025. Pendekatan ini dipilih karena dapat

menggambarkan lanskap penelitian secara menyeluruh, memperlihatkan arah temuan-temuan ilmiah, serta memetakan hubungan antartopik dan antarpeleliti yang membentuk bidang kajian ini (Donthu et al., 2021; Marvi & Foroudi, 2023; Passas, 2024).

Seluruh data diperoleh dari basis data Scopus, yang diakui sebagai salah satu sumber indeks publikasi ilmiah paling komprehensif (Baas et al., 2020; Kirillova, 2017). Proses penelusuran dilakukan menggunakan kombinasi kata kunci seperti "K-Pop" OR "K-Pop" AND "fan culture" OR fandom OR "fan community" Kata-kata ini dimasukkan pada kolom judul, abstrak, dan kata kunci agar pencarian mencakup artikel yang memiliki relevansi tinggi dengan fokus penelitian. Untuk menjaga ketepatan data, beberapa kriteria inklusi ditetapkan. Artikel yang digunakan harus diterbitkan antara tahun 2016 hingga 2025, ditulis dalam bahasa Inggris, dan dipublikasikan dalam jurnal bereputasi. Hanya artikel yang membahas hubungan antara budaya penggemar dan pembentukan identitas, baik pada tataran individu maupun kelompok, yang disertakan dalam analisis. Jenis publikasi seperti prosiding, editorial, maupun ulasan buku tidak dimasukkan. Setelah proses seleksi melalui penyaringan judul, abstrak, dan isi, diperoleh 125 artikel yang menjadi dasar analisis penelitian ini.

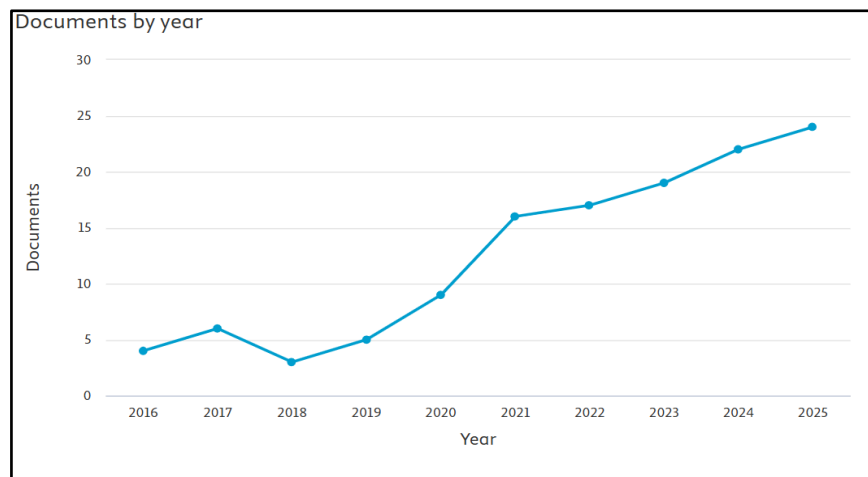
Selanjutnya, artikel tersebut diunduh dalam format csv dan dianalisis menggunakan perangkat lunak VOSviewer versi 1.6.20 untuk memvisualisasikan hubungan dan tren penelitian. Tiga bentuk analisis digunakan: analisis kolaborasi untuk melihat jaringan kerja sama akademik, analisis kemunculan kata kunci untuk menemukan tema utama yang sering diteliti, serta analisis sitasi untuk mengenali karya yang berpengaruh dalam jaringan keilmuan. Hasil analisis divisualisasikan dalam bentuk peta jaringan agar dinamika pengetahuan dapat terbaca secara lebih utuh. Sebelum analisis dilakukan, data terlebih dahulu dibersihkan melalui proses penghapusan duplikasi dan penyeragaman istilah. Tahap ini memastikan setiap entri data valid dan dapat diolah dengan akurat. Setelah hasil visualisasi diperoleh, sejumlah artikel utama dengan tingkat sitasi tertinggi ditelaah kembali secara manual untuk memperkuat interpretasi hasil. Langkah ini dilakukan agar hasil penelitian tidak berhenti pada angka dan grafik semata, tetapi juga menghadirkan pemahaman yang lebih utuh tentang bagaimana para peneliti di berbagai negara membicarakan, menafsirkan, dan mengembangkan kajian mengenai budaya *fan* K-Pop serta pembentukan identitas kolektif.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menyajikan hasil analisis bibliometrik yang menggambarkan perkembangan penelitian mengenai budaya *fan* K-Pop dan pembentukan identitas kolektif pada tingkat global. Analisis dilakukan untuk menelusuri tren publikasi, kontribusi negara dan institusi, kolaborasi penulis, serta peta tematik yang muncul dari kata kunci penelitian. Hasil analisis ini memberikan gambaran awal mengenai struktur dan arah perkembangan kajian, yang selanjutnya menjadi dasar untuk memahami pola, keterhubungan, dan dinamika penelitian.

3.1. Gambaran Umum dan Tren Publikasi

Bagian ini menampilkan perkembangan jumlah publikasi terkait budaya *fan* K-Pop dan identitas kolektif dari tahun 2016 hingga 2025. Grafik dalam gambar 1 berikut menunjukkan peningkatan yang stabil dalam jumlah dokumen yang diterbitkan selama periode tersebut.



Gambar 1. Tren publikasi penelitian tentang budaya *fan* K-Pop dan identitas kolektif (2016–2025)
Sumber: Hasil analisis peneliti menggunakan database Scopus (2025)

Gambar tersebut menunjukkan peningkatan jumlah publikasi ilmiah yang membahas budaya populer Korea dari tahun 2016 hingga 2025. Grafik memperlihatkan adanya tren kenaikan yang konsisten dalam satu dekade terakhir. Pada periode awal, yaitu antara tahun 2016 hingga 2018, jumlah publikasi masih terbatas dan berfluktuasi di kisaran empat hingga enam dokumen per tahun. Setelah mengalami penurunan pada 2018, jumlah penelitian mulai meningkat kembali pada 2019 dan mengalami lonjakan tajam sejak 2020. Fase pertumbuhan yang paling menonjol terjadi pada periode 2021 hingga 2025, ketika jumlah publikasi terus bertambah hingga melampaui dua puluh dokumen pada tahun terakhir.

Peningkatan tersebut mencerminkan semakin besarnya minat para peneliti terhadap kajian budaya populer Korea, terutama fenomena *Hallyu* dan industri musik K-Pop. Lonjakan publikasi yang terjadi sejak 2020 dapat dikaitkan dengan dua hal utama. Pertama, masa pandemi COVID-19 mendorong masyarakat di seluruh dunia untuk mengonsumsi hiburan digital, yang sekaligus memperluas jangkauan budaya Korea di berbagai platform daring. Kedua, keberhasilan artis seperti BTS dan Blackpink membuat budaya Korea semakin dikenal dan menjadi bahan kajian akademik lintas disiplin, seperti komunikasi, sosiologi, dan studi budaya. Hal ini sejalan dengan pandangan Roh et al. (2025) dan Jin et al. (2021) yang menyebutkan bahwa *Hallyu* telah berkembang menjadi medan penelitian interdisipliner yang mempertemukan dimensi budaya, ekonomi kreatif, dan teknologi digital.

Kenaikan publikasi hingga 2025 juga menunjukkan bahwa topik ini masih memiliki ruang penelitian yang luas dan terus berkembang. Banyak peneliti mulai mengkaji isu sosial, politik, dan ekonomi yang berkaitan dengan penyebaran budaya Korea di tingkat global. Kajian yang menyoroti diplomasi budaya, peran penggemar internasional, serta pengaruh ekonomi dari industri hiburan semakin mendapat perhatian. Temuan ini memperlihatkan bahwa *Hallyu* tidak hanya dipahami sebagai fenomena hiburan, tetapi juga sebagai dinamika sosial yang mencerminkan perubahan dalam hubungan antarbudaya. Secara teoretis, hasil ini memperkuat posisi kajian budaya populer Korea dalam diskursus global tentang pertukaran budaya, partisipasi digital, dan pembentukan identitas lintas bangsa.

Peningkatan jumlah penelitian juga memberikan peluang bagi pengembangan teori tentang budaya dan masyarakat di era global. Peneliti kini memiliki kesempatan untuk menelaah lebih dalam hubungan antara budaya, teknologi, dan identitas manusia dalam kehidupan modern. Selain itu, tren ini mendorong kolaborasi antarnegara yang mempertemukan beragam perspektif ilmiah, sehingga memperkaya pemahaman tentang budaya sebagai sarana komunikasi dan solidaritas manusia. Dengan demikian, grafik ini tidak hanya mencerminkan peningkatan jumlah publikasi, tetapi juga menandai arah

perkembangan ilmu pengetahuan yang semakin reflektif terhadap dinamika sosial dan kemanusiaan.

3.2. Negara, Institusi, dan Penulis Paling Unggul dalam Publikasi

Setelah melihat tren umum publikasi, tahap berikutnya berfokus pada identifikasi aktor-aktor utama yang berperan dalam pengembangan kajian budaya *fan* K-Pop dan identitas kolektif. Analisis ini mencakup pemetaan negara, institusi, dan penulis yang memiliki kontribusi paling menonjol berdasarkan jumlah publikasi, tingkat sitasi, serta kekuatan jejaring kolaborasi akademik. Pendekatan ini membantu memperlihatkan bagaimana pengetahuan tentang K-Pop dibangun melalui kerja sama lintas negara dan lembaga, sekaligus menunjukkan pusat-pusat produksi keilmuan yang memengaruhi arah perkembangan riset di bidang ini.

Tabel 1. Lima Negara dengan Capaian Dokumen, Sitasi, dan Kekuatan Jaringan Tertinggi

No	Negara	Jumlah Dokumen	Jumlah Sitasi	Kekuatan Jaringan
1	Amerika Serikat	32	428	5
2	Korea Selatan	30	182	4
3	Kanada	13	288	1
4	Inggris	7	131	1
5	Australia	8	43	1

Sumber: Diolah peneliti menggunakan MS.Word (2025)

Berdasarkan tabel tersebut, terlihat bahwa penelitian mengenai budaya *fan* K-Pop dan pembentukan identitas kolektif paling banyak dilakukan oleh peneliti dari Amerika Serikat dengan 32 publikasi dan jumlah sitasi mencapai 428. Angka ini menunjukkan besarnya perhatian akademik di negara tersebut terhadap isu-isu budaya populer Asia dan dinamika globalisasi media. Korea Selatan menempati posisi kedua dengan 30 publikasi dan 182 sitasi, menegaskan peran sentral negara ini sebagai sumber utama fenomena K-Pop dan sekaligus pelaku aktif dalam memproduksi pengetahuan tentang budaya globalnya sendiri. Sementara itu, Kanada menempati posisi ketiga dengan 13 publikasi dan 288 sitasi, yang menandakan bahwa meskipun kontribusinya secara kuantitatif tidak sebesar dua negara sebelumnya, kualitas penelitiannya cukup tinggi dilihat dari rasio sitasi yang besar. Inggris dan Australia melengkapi daftar lima besar dengan jumlah publikasi yang lebih sedikit, namun tetap menunjukkan keterlibatan aktif dalam studi lintas budaya dan media populer. Dari sisi kekuatan jaringan kolaborasi, Amerika Serikat dan Korea Selatan menunjukkan hubungan kerja sama akademik yang lebih kuat dibandingkan negara lainnya, masing-masing dengan nilai total link strength 5 dan 4. Hal ini mencerminkan adanya interaksi intens antara lembaga riset dan universitas di kedua negara, baik dalam bentuk penelitian bersama, pertukaran ilmiah, maupun publikasi kolaboratif di jurnal internasional.

Kecenderungan ini memperlihatkan dua pola menarik. Pertama, negara-negara Barat berperan dominan dalam analisis dan konseptualisasi teori, sementara Korea Selatan menjadi pusat empiris dan kultural dari fenomena yang dikaji. Kedua, masih terdapat kesenjangan geografis dalam kontribusi ilmiah, di mana penelitian dari wilayah Asia Tenggara dan Amerika Latin relatif sedikit, padahal kawasan ini juga memiliki basis penggemar K-Pop yang besar. Fenomena tersebut menguatkan pandangan Yoon (2022) dan Cruz et al. (2021) yang menyatakan bahwa globalisasi K-Pop tidak hanya mempengaruhi pola konsumsi budaya, tetapi juga membentuk ekosistem riset transnasional yang merefleksikan ketimpangan produksi pengetahuan antara pusat dan pinggiran (*center-periphery*). Dalam hal ini, meningkatnya kolaborasi internasional antara institusi di Korea Selatan dan negara Barat dapat menjadi jembatan untuk memperkaya perspektif kajian budaya populer Asia

secara lebih seimbang. Kendati demikian, hasil ini menunjukkan perlunya mendorong kolaborasi riset yang lebih inklusif, melibatkan akademisi dari berbagai kawasan dengan pendekatan multidisipliner. Langkah ini tidak hanya akan memperluas pemahaman terhadap fenomena *fandom* global, tetapi juga memperkuat posisi studi budaya populer Asia dalam wacana akademik dunia.

Tabel 2. Lima Institusi dengan Capaian Dokumen, Sitasi, dan Kekuatan Jaringan Tertinggi

No	Institusi	Jumlah Dokumen	Jumlah Sitasi	Kekuatan Jaringan
1	Simon Fraser University, Burnaby, Canada	4	159	1
2	University of British Columbia Okanagan, Canada	4	94	0
3	Pontificia Universidad Católica de Chile, Chile	2	82	1
4	Department of Urban Sociology, University of Seoul, South Korea	2	46	0
5	Nanyang Technological University, Singapore	2	71	0

Sumber: Diolah peneliti menggunakan MS.Word (2025)

Berdasarkan hasil pemetaan bibliometrik, tampak bahwa Simon Fraser University di Kanada menjadi institusi paling berpengaruh dengan empat publikasi dan 159 sitasi. Jumlah tersebut menunjukkan peran penting universitas ini dalam pengembangan studi budaya *fan* K-Pop dan pembentukan identitas kolektif di tingkat global. Tingginya sitasi memperlihatkan pengaruh akademik yang kuat, khususnya dalam memperluas pemahaman teoretis tentang hubungan antara budaya digital, media global, dan konstruksi identitas sosial. Temuan ini selaras dengan pandangan Jin (2022) yang menekankan bahwa lembaga-lembaga akademik di luar Asia berperan besar dalam memperluas kerangka teoretis mengenai budaya populer Korea sebagai fenomena transnasional. Di sisi lain, University of British Columbia Okanagan juga mencatat empat publikasi dengan 94 sitasi, menandakan produktivitas yang tinggi meski dengan dampak yang sedikit lebih rendah. Kedua universitas Kanada ini menunjukkan konsistensi penelitian yang berfokus pada dinamika lintas budaya dan globalisasi media, yang memperkaya wacana mengenai peran *fandom* dalam membentuk identitas kolektif di era digital.

Sementara itu, kontribusi dari kawasan lain juga menarik untuk dicermati. Pontificia Universidad Católica de Chile menonjol dengan dua publikasi dan 82 sitasi, menandakan keterlibatan Amerika Latin dalam kajian budaya populer Asia. Perspektif dari wilayah ini memperkaya literatur dengan sudut pandang *Global South*, sebagaimana ditegaskan oleh Chung & Koo (2023) tentang pentingnya keragaman konteks budaya dalam memahami globalisasi K-Pop. Dari Asia, Department of Urban Sociology, University of Seoul dan Nanyang Technological University masing-masing memiliki dua publikasi dengan 46 dan 71 sitasi. Kedua institusi ini memberikan kontribusi empiris yang penting, terutama dalam menjelaskan bagaimana fenomena K-Pop membentuk interaksi sosial dan identitas penggemar di kawasan asal dan sekitarnya. Namun, sebagian besar institusi menunjukkan kekuatan jaringan kolaborasi yang rendah, menandakan penelitian masih bersifat terpisah dan kurang terintegrasi secara global. Hal ini memperkuat pengamatan Jin (2022) bahwa produksi pengetahuan tentang budaya populer Korea masih didominasi oleh lembaga dari negara maju, sementara kontribusi institusi Asia cenderung bersifat empiris. Oleh karena itu, memperkuat kolaborasi lintas kawasan menjadi langkah penting untuk membangun

pemahaman yang lebih seimbang dan inklusif mengenai budaya *fan* dan identitas kolektif di ranah akademik global.

Tabel 3. Lima Penulis dengan Capaian Dokumen, Sitasi, dan Kekuatan Jaringan Tertinggi

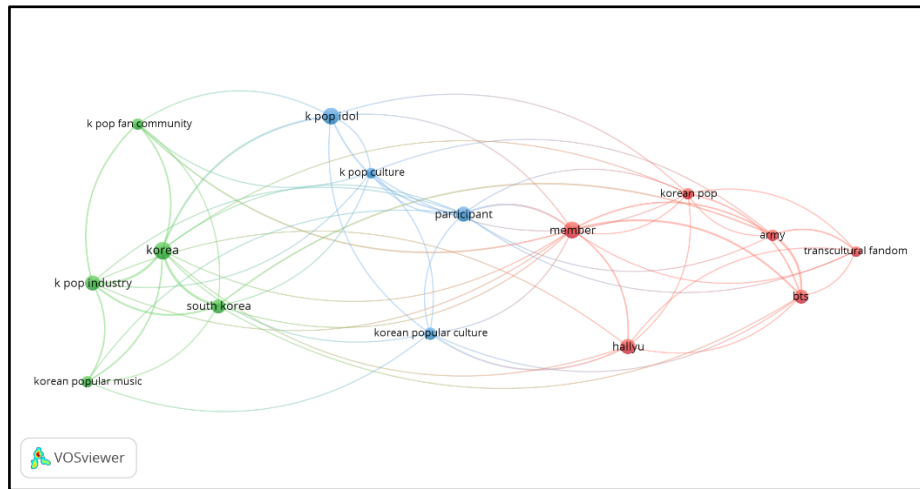
No	Penulis	Jumlah Dokumen	Jumlah Sitasi	Kekuatan Jaringan
1	Yoon, Kyong	5	104	0
2	Oh, Ingyu	5	43	0
3	Jin, Dal Yong	3	148	1
4	Min, Wonjung	3	93	1
5	Oh, Chuyun	3	24	0

Sumber: Diolah peneliti menggunakan MS.Word (2025)

Berdasarkan tabel tersebut, terlihat bahwa lima penulis dengan kontribusi terbesar dalam kajian mengenai budaya *fan* K-Pop dan identitas kolektif didominasi oleh akademisi yang berasal dari latar belakang studi media dan budaya populer Asia. Yoon Kyong dan Oh Ingyu menempati posisi teratas dengan masing-masing lima publikasi, menunjukkan konsistensi keduanya dalam mengkaji fenomena K-Pop sebagai bentuk ekspresi budaya global. Meskipun jumlah sitasi Yoon (104) lebih tinggi dibandingkan Oh (43), keduanya berperan penting dalam membangun kerangka teoretis awal mengenai hubungan antara globalisasi budaya dan konstruksi identitas di kalangan penggemar. Sementara itu, Jin Dal Yong menonjol dengan jumlah sitasi tertinggi, yakni 148 dari tiga publikasi, yang menunjukkan pengaruh signifikan terhadap pengembangan teori mengenai ekonomi budaya digital dan *soft power* Korea. Bersama Min Wonjung yang memperoleh 93 sitasi, keduanya memiliki kekuatan jaringan kolaborasi tertinggi, menandakan keterlibatan mereka dalam jejaring riset internasional. Adapun Oh Chuyun turut memperkaya diskursus dengan fokus pada dimensi gender dan performativitas dalam budaya K-Pop, meski dengan sitasi yang lebih rendah. Temuan ini memperlihatkan bahwa kepakaran dan kolaborasi lintas negara menjadi faktor penting dalam membentuk arah riset global mengenai K-Pop, sebagaimana diungkap oleh Iwabuchi et al. (2016) dan Hong & Jin (2021) bahwa penelitian budaya populer Asia kini semakin dipengaruhi oleh dinamika akademik transnasional yang menggabungkan teori kritis Barat dengan perspektif Asia kontemporer.

3.3. Analisis Kata Kunci dan tema Penelitian

Untuk memahami arah dan fokus kajian dalam literatur yang dianalisis, penelitian ini selanjutnya melakukan pemetaan kata kunci menggunakan analisis *co-occurrence* pada perangkat lunak VOSviewer. Analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi istilah-istilah yang paling sering muncul dalam publikasi, sekaligus menelusuri keterkaitan antar topik yang membentuk peta pengetahuan mengenai budaya *fan* K-Pop dan identitas kolektif. Hasil visualisasi jaringan kata kunci tersebut dapat dilihat pada gambar-gambar berikut.

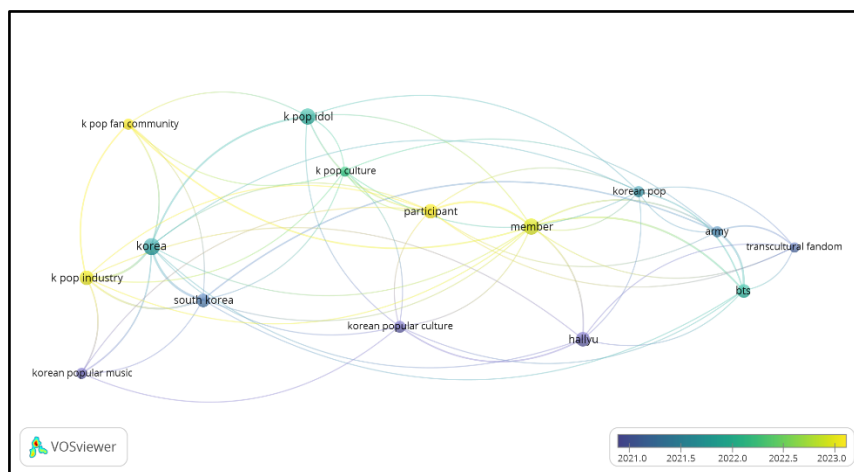


Gambar 2. Kata kunci dan tema penelitian berdasarkan *network visualization*
 Sumber: Diolah peneliti menggunakan VosViewer 1.6.20 (2025)

Hasil analisis pemetaan kata kunci menggunakan *network visualization* menunjukkan tiga kluster utama yang menggambarkan struktur dan arah kajian mengenai budaya populer Korea, khususnya fenomena K-Pop dan *Hallyu*. Peta jaringan tersebut memperlihatkan bagaimana konsep-konsep yang berkaitan dengan budaya Korea saling terhubung dan membentuk satu ekosistem pengetahuan yang utuh, mencakup dimensi lokal, partisipatif, hingga global. Kluster pertama yang ditandai dengan warna hijau berpusat pada kata kunci seperti Korea, South Korea, industri K-Pop, komunitas penggemar K-Pop, dan musik populer Korea. Kluster ini menggambarkan bagaimana kajian mengenai K-Pop tidak bisa dilepaskan dari konteks sosial, ekonomi, dan budaya Korea Selatan. Fokus utama pada kluster ini adalah peran negara dan industri hiburan sebagai fondasi munculnya gelombang budaya Korea atau *Hallyu*. Penelitian-penelitian dalam kluster ini menyoroti bagaimana industri hiburan Korea menjadi instrumen penting dalam membangun citra nasional dan memperluas pengaruh budaya melalui musik, drama, dan media digital. Dengan demikian, K-Pop dipahami bukan hanya sebagai produk hiburan, tetapi juga sebagai simbol identitas nasional dan strategi kekuatan lunak yang berhasil menembus pasar global.

Kluster kedua, yang ditandai dengan warna biru, memusatkan perhatian pada kata kunci idola K-Pop, budaya K-Pop, peserta, dan anggota. Kluster ini menunjukkan dimensi partisipatif dalam budaya populer Korea, di mana hubungan antara idola dan penggemar tidak lagi bersifat satu arah, melainkan terbentuk melalui interaksi digital yang intens di berbagai platform media sosial. Dalam konteks ini, penggemar berperan aktif dalam menciptakan dan menyebarkan konten, membangun narasi, bahkan mengorganisir kegiatan kolektif yang memperkuat komunitas global mereka. Fenomena ini sejalan dengan teori budaya partisipatif yang dikemukakan oleh Jenkins (2009), bahwa dalam era digital, penggemar menjadi bagian integral dari proses produksi dan reproduksi makna budaya. Sementara itu, kluster ketiga yang ditandai dengan warna merah mengelompokkan kata kunci musik pop Korea, *Army*, *fandom* lintas budaya, dan *Hallyu*. Kluster ini menegaskan dimensi global dan lintas budaya dari fenomena K-Pop. Hubungan erat antara *Army* yang merujuk pada komunitas penggemar BTS dengan *fandom* lintas budaya menunjukkan bagaimana komunitas penggemar telah melampaui batas geografis dan bahasa. Penggemar di berbagai belahan dunia membentuk jaringan global yang saling terhubung melalui media digital, menciptakan ruang sosial di mana nilai-nilai, identitas, dan budaya dinegosiasikan secara terus-menerus. Hal ini memperkuat gagasan bahwa *Hallyu* bukan sekadar ekspor budaya, melainkan bentuk hibridisasi budaya sebagaimana dijelaskan oleh Kraidy (2005) yang menghasilkan identitas budaya baru melalui proses interaksi lintas budaya.

Hubungan antarkluster dalam peta tersebut memperlihatkan kesinambungan antara konteks lokal Korea, dinamika partisipasi digital, dan ekspansi global budaya populer Korea. Artinya, perkembangan K-Pop sebagai fenomena global tidak dapat dipahami secara terpisah dari landasan industrinya di Korea Selatan dan keterlibatan aktif para penggemar di seluruh dunia. Temuan ini juga sejalan dengan penelitian Jin et al. (2021) dan Yong Jin (2023) yang menegaskan bahwa *Hallyu* merupakan strategi kultural yang terencana dan kompleks, melibatkan negara, industri, dan komunitas global dalam menciptakan jejaring makna yang berkelanjutan. Dari hasil pemetaan ini, dapat diinterpretasikan bahwa K-Pop berfungsi sebagai jembatan kultural yang menghubungkan Korea dengan dunia melalui partisipasi aktif komunitas penggemar global. Fenomena ini tidak hanya memperkuat posisi Korea sebagai pusat budaya populer Asia, tetapi juga menciptakan bentuk baru diplomasi budaya yang berbasis pada kolaborasi dan emosi kolektif penggemar. Penggemar tidak lagi sekadar konsumen, tetapi juga menjadi duta budaya yang menyebarkan nilai-nilai Korea melalui kegiatan kreatif dan solidaritas global yang terbentuk di ruang digital. Secara teoretis, hasil ini memperluas pemahaman tentang *Hallyu* sebagai fenomena transnasional yang berakar pada dinamika lokal namun berkembang melalui praktik budaya partisipatif dan teknologi digital. Secara praktis, temuan ini menunjukkan bahwa industri hiburan dapat mengoptimalkan kekuatan komunitas penggemar internasional untuk memperkuat citra dan diplomasi budaya negara. Selain itu, secara akademik, hasil penelitian ini membuka peluang untuk kajian lanjutan yang memadukan pendekatan etnografi digital dan studi budaya transnasional guna memahami lebih dalam bagaimana komunitas penggemar global berperan dalam pembentukan identitas budaya di era globalisasi.



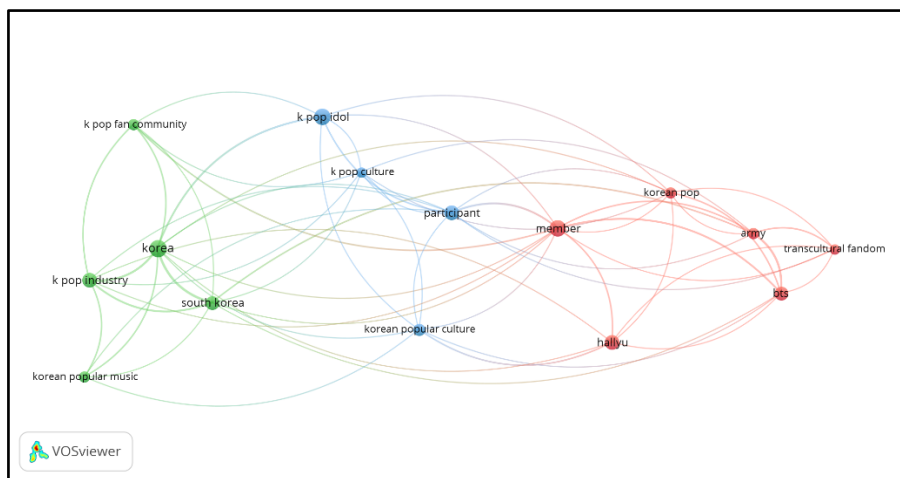
Gambar 3. Kata kunci dan tema penelitian berdasarkan *overlay visualization*
Sumber: Diolah peneliti menggunakan VosViewer 1.6.20 (2025)

Gambar *overlay visualization* memperlihatkan dinamika perkembangan tema penelitian mengenai budaya populer Korea yang mengalami pergeseran fokus dari tahun ke tahun. Warna biru menunjukkan topik yang muncul lebih awal dalam periode pengamatan (sekitar 2021), sedangkan warna kuning menandai tema-tema yang lebih baru dan masih menjadi perhatian hingga 2023. Dari peta ini terlihat bahwa penelitian awal banyak berkaitan dengan Korea, South Korea, industri K-Pop, dan musik populer Korea. Tema-tema ini menyoroti pembangunan ekosistem industri hiburan Korea serta bagaimana pemerintah dan pelaku industri menciptakan sistem budaya yang kuat dan berdaya saing global. Hal ini sejalan dengan penelitian Yong Jin (2023) yang menegaskan bahwa kesuksesan *Hallyu* tidak terlepas dari strategi ekonomi budaya Korea yang sistematis dan berorientasi ekspor.

Seiring berjalannya waktu, fokus penelitian mulai mengalami pergeseran menuju aspek yang lebih sosial dan partisipatif. Kata kunci seperti participant, member, dan budaya K-Pop muncul dalam rentang warna hijau muda hingga kuning, yang menandakan peningkatan perhatian terhadap peran individu dan komunitas dalam menghidupkan budaya populer Korea. Fenomena ini menunjukkan bahwa budaya tidak lagi dipandang hanya sebagai produk industri, tetapi juga sebagai arena interaksi sosial dan ekspresi diri. Studi yang dilakukan oleh Suprpto et al. (2025) dan Keith (2023) menegaskan bahwa penggemar K-Pop berkontribusi aktif dalam membangun makna budaya melalui praktik digital, *fan art*, hingga kegiatan sosial yang melintasi batas negara. Dengan demikian, pergeseran fokus ini memperlihatkan perubahan paradigma akademik dari industri budaya menuju budaya partisipatif yang berbasis pada pengalaman dan keterlibatan komunitas.

Menariknya, puncak perkembangan kajian tampak pada munculnya istilah seperti Army, BTS, dan *transcultural fandom* yang berwarna kuning terang, menandakan dominasi tema tersebut dalam penelitian terkini (2022–2023). Kajian ini menggambarkan munculnya fase baru dalam studi budaya populer Korea yang menyoroti dimensi lintas budaya dan globalisasi *fandom*. Fenomena penggemar BTS yang bersifat transnasional menunjukkan bagaimana *fandom* berfungsi sebagai ruang identitas kolektif dan solidaritas global yang melampaui batas geografis maupun etnisitas. Temuan ini memperkuat pandangan Jenkins (2009) tentang “*participatory culture*” yang menekankan kolaborasi kreatif antara produsen dan penggemar dalam ekosistem budaya digital. Secara teoretis, pergeseran ini juga menunjukkan modifikasi terhadap teori *Hallyu* yang awalnya menekankan ekspansi budaya Korea, kini berkembang menjadi model pertukaran budaya dua arah yang lebih dialogis.

Implikasi dari temuan ini cukup signifikan. Pertama, hasil penelitian ini menegaskan bahwa budaya populer Korea telah berevolusi dari fenomena industri menjadi praktik sosial global yang mengedepankan interaksi, kreativitas, dan partisipasi lintas budaya. Kedua, munculnya komunitas *fandom* internasional seperti Army menjadi bukti bahwa kekuatan budaya tidak hanya berasal dari negara, tetapi juga dari masyarakat global yang ikut menafsirkan dan memproduksi ulang makna budaya tersebut. Ketiga, dari perspektif akademik, penelitian ini membuka ruang pengembangan teori baru tentang budaya partisipatif yang bersifat transnasional, di mana peran penggemar tidak lagi pasif, melainkan menjadi agen aktif dalam membentuk wacana global tentang identitas, solidaritas, dan representasi budaya.



Gambar 4. Kata kunci dan tema penelitian berdasarkan *density visualization*
 Sumber: Diolah peneliti menggunakan VosViewer 1.6.20 (2025)

Gambar network visualization menampilkan struktur hubungan antar kata kunci dalam penelitian mengenai budaya populer Korea. Peta ini memperlihatkan tiga kelompok utama yang ditandai dengan warna berbeda: hijau, biru, dan merah. Setiap kelompok menunjukkan

keterhubungan tema dan arah perhatian peneliti dalam kajian budaya populer Korea. Warna hijau merepresentasikan tema yang berkaitan dengan industri, kebijakan budaya, dan identitas nasional; warna biru menyoroti aspek partisipasi dan budaya populer; sementara warna merah menggambarkan kajian tentang *fandom* global dan fenomena transnasional yang diwakili oleh istilah seperti BTS, Army, dan *transcultural fandom*.

Kelompok hijau menunjukkan bahwa penelitian awal berfokus pada pembangunan industri hiburan Korea. Kata kunci seperti Korea, South Korea, K-Pop *industry*, dan Korean popular music memperlihatkan hubungan yang kuat antara kebijakan negara dan pertumbuhan ekonomi kreatif. Kajian dalam kluster ini banyak membahas bagaimana pemerintah Korea Selatan mengembangkan ekosistem budaya yang kompetitif dan mendunia melalui strategi *soft power*. Hasil ini sejalan dengan pandangan Auh (2025) yang menekankan bahwa industri hiburan Korea tumbuh karena dukungan negara, inovasi teknologi, dan strategi branding budaya yang terencana dengan baik. Tema ini memperlihatkan bahwa gelombang *Hallyu* bukan sekadar fenomena hiburan, melainkan hasil dari kebijakan budaya yang terintegrasi.

Kluster biru kemudian menandai pergeseran fokus penelitian dari sisi produksi ke arah partisipasi budaya. Istilah seperti participant, member, dan K-Pop culture menunjukkan perhatian akademik terhadap peran individu dan komunitas dalam membentuk makna budaya populer. Temuan ini menunjukkan bahwa peneliti mulai melihat budaya populer sebagai ruang dialog sosial tempat penggemar dan kreator berinteraksi, menciptakan nilai, dan membangun identitas bersama. Hal ini sejalan dengan gagasan Jenkins (2009) tentang “budaya partisipatif” yang menekankan hubungan timbal balik antara produsen dan penggemar dalam ekosistem budaya digital. Dengan demikian, kelompok ini menandai munculnya kesadaran baru bahwa kekuatan budaya Korea tidak hanya berasal dari industri hiburan, tetapi juga dari masyarakat global yang menafsirkan dan menghidupkan budaya tersebut.

Adapun kluster merah memperlihatkan arah penelitian terbaru yang berfokus pada *fandom* global dan transkulturalitas. Kata kunci seperti BTS, Army, dan *transcultural fandom* membentuk jaringan yang kuat dengan *Hallyu* dan Korean pop, menunjukkan bahwa perhatian akademik kini bergeser pada dinamika sosial lintas negara. Kajian dalam kelompok ini mengungkap bagaimana *fandom* menjadi wadah solidaritas, ekspresi identitas, dan hubungan emosional yang melampaui batas geografis. Temuan ini diperkuat oleh studi Kim & Hutt (2021) yang menjelaskan bahwa komunitas penggemar K-Pop, khususnya Army, memainkan peran penting dalam memperluas jangkauan budaya Korea melalui media sosial dan aktivitas sosial global.

Peta jaringan ini memperlihatkan bahwa perkembangan kajian budaya populer Korea telah berevolusi dari perhatian terhadap struktur industri menuju analisis yang lebih menyoroti manusia di balik fenomena tersebut—para penggemar, partisipan, dan komunitas global yang menjadi penggerak utama *Hallyu*. Secara teoretis, temuan ini menguatkan arah baru dalam studi budaya populer yang menekankan interaksi lintas budaya, partisipasi digital, dan peran emosional penggemar sebagai aktor sosial dalam penyebaran budaya global. Implikasinya, penelitian di masa depan perlu memperluas pemahaman mengenai bagaimana jaringan digital dan identitas transnasional membentuk lanskap baru budaya global yang berakar pada hubungan antar manusia, bukan hanya industri hiburan semata.

4. SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa harapan yang dirumuskan sejak awal telah tercapai. Melalui analisis bibliometrik, penelitian ini berhasil menggambarkan bagaimana budaya *fan* K-Pop berkembang menjadi ruang sosial yang mempertemukan identitas, emosi, dan

solidaritas lintas budaya. Hasilnya memperlihatkan bahwa K-Pop tidak lagi sekadar fenomena hiburan, melainkan cerminan hubungan manusia yang dibentuk oleh teknologi, kreativitas, dan kebersamaan digital. Peningkatan jumlah publikasi, munculnya kolaborasi antarnegara, serta tema-tema seperti partisipasi penggemar dan pembentukan identitas kolektif menegaskan bahwa studi ini selaras dengan tujuan awal untuk memetakan dinamika ilmiah dan sosial dari budaya populer Korea dalam konteks global. Namun, penelitian ini juga memiliki keterbatasan yang perlu disadari. Analisis yang berfokus pada data bibliometrik belum sepenuhnya mampu menangkap makna pengalaman sosial di balik setiap penelitian. Karena itu, studi lanjutan di masa depan dapat menggabungkan pendekatan kualitatif seperti etnografi digital atau analisis wacana agar pemahaman tentang identitas kolektif penggemar menjadi lebih mendalam. Ke depan, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pijakan bagi kajian yang menelusuri bagaimana komunitas *fandom* berperan dalam membangun diplomasi budaya dan jembatan kemanusiaan di tengah dunia yang semakin terhubung secara digital.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Auh, M. S. (2025). Creativity and Innovation in the K-pop System and a Possible Link with Pansori. *Journal of Creative Behavior*, 59(1), 1–16. <https://doi.org/10.1002/jocb.642>
- Azzahra, C. G., & Aras, M. (2025). Construction of social reality in Korean pop culture fan community: A netnography study on Instagram and Twitter. *Fashion, Style and Popular Culture*. https://doi.org/10.1386/fspc_00353_1
- Baas, J., Schotten, M., Plume, A., Côté, G., & Karimi, R. (2020). Scopus as a curated, high-quality bibliometric data source for academic research in quantitative science studies. *Quantitative Science Studies*, 1(1), 377–386. https://doi.org/10.1162/qss_a_00019
- Chung, D. J., & Koo, K. R. (2023). The role of cultural diversity in creating value: a case study of South Korea's pop band BTS. *Asia Pacific Business Review*, 29(5), 1275–1299. <https://doi.org/10.1080/13602381.2023.2243242>
- Cruz, A. G. B., Seo, Y., & Binay, I. (2021). Cultural globalization from the periphery: Translation practices of English-speaking K-pop fans. *Journal of Consumer Culture*, 21(3), 638–659. <https://doi.org/10.1177/1469540519846215>
- Donthu, N., Kumar, S., Mukherjee, D., Pandey, N., & Lim, W. M. (2021). How to conduct a bibliometric analysis: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 133(March), 285–296. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.04.070>
- Hong, S.-K., & Jin, D. Y. (2021). Transnational Convergence of East Asian Pop Culture. In *Transnational Convergence of East Asian Pop Culture*. Taylor and Francis. <https://doi.org/10.4324/9781003126850>
- Ismail, U., & Khan, M. (2025). Constructing Identity Through Fandom: A Study of K-pop Fans in Pakistan. *Journal of Social Sciences Review*, 5(3), 22–34. <https://doi.org/10.62843/jssr.v5i3.557>
- Iwabuchi, K., Tsai, E., & Berry, C. (2016). Routledge Handbook of East Asian Popular Culture. In *Routledge Handbook of East Asian Popular Culture*. Taylor and Francis. <https://doi.org/10.4324/9781315643106>
- Jenkins, H. (2009). *Menghadapi Tantangan Budaya Partisipatif*. Pers MIT. <http://library.oapen.org/handle/20.500.12657/26083>
- Jin, D. Y. (2022). Transnational Proximity and Universality in Korean Culture: Analysis of Squid Game and BTS. *Seoul Journal of Korean Studies*, 35(1), 5–28. <https://doi.org/10.1353/seo.2022.0002>
- Jin, D. Y., Yoon, K., & Min, W. (2021). Transnational hallyu: The globalization of Korean digital and popular culture. In *Transnational Hallyu: The Globalization of Korean Digital and Popular Culture*. Bloomsbury Publishing Plc.

- <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-105012911359&partnerID=40&md5=a07b12995afa4820b01ec67112a17fbd>
- Keith, S. (2023). Digital K-pop Fan Platforms in a Cosmopolitan World. In *Introducing Korean Popular Culture* (pp. 33–43). Taylor and Francis. <https://doi.org/10.4324/9781003292593-4>
- 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>
- King-O’Riain, R. C. (2021). “They were having so much fun, so genuinely..”: K-pop fan online affect and corroborated authenticity. *New Media and Society*, 23(9), 2820–2838. <https://doi.org/10.1177/1461444820941194>
- Kirilova, O. V. (2017). Scopus database as a source of representing bulgarian science to the international academic community: The present and future prospects. In P. R., S. P., & S. P. (Eds.), *Digital Presentation and Preservation of Cultural and Scientific Heritage* (Vol. 7, pp. 69–78). Bulgarian Academy of Sciences, Institute of Mathematics and Informatics. <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85095424631&partnerID=40&md5=fe3e0565ba66b9e5ce9f5efaf0271381>
- Kraidy, M. M. (2005). *Hybridity, or the cultural logic of globalization*. Temple University Press.
- Marvi, R., & Foroudi, M. M. (2023). Bibliometric analysis: Main procedure and guidelines. In *Researching and Analysing Business: Research Methods in Practice* (pp. 43–54). Taylor and Francis. <https://doi.org/10.4324/9781003107774-4>
- Mawardani, H. A., & Sudrajat, A. (2025). Hibriditas Budaya Dalam Fandom K-Pop : Konstruksi. *Jurnal Bahasa, Sastra, Dan Budaya, Vol 12 No.*, 66–80.
- Passas, I. (2024). Bibliometric Analysis: The Main Steps. *Encyclopedia*, 4(2), 0. <https://doi.org/10.3390/encyclopedia4020065>
- Putri, K. Y. S., & Fazli, L. (2024). The Contribution of Social Identity to Conformity in Korean Pop Fans. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 9(2), 296–303. <https://doi.org/10.25008/jkiski.v9i2.1020>
- Roh, T., Kim, S., Kim, T., & Yoon, S. H. (2025). Unravelling the key topics of Hallyu: a cultural branding perspective from South Korea. *Asia Pacific Business Review*, 00(00), 1–30. <https://doi.org/10.1080/13602381.2025.2500668>
- Suprpto, Kanto, S., MaShuri, A., & Novenanto, A. (2025). From Illusion to Reality: The Sociological Impact of Parasocial and Trans-Parasocial Interactions in K-pop Fan Communities. *Journal of Asian Sociology*, 54(1), 1–25. <https://doi.org/10.21588/dns.2025.54.1.001>
- Yannuar, N., & Nazarudin. (2024). Between Oppa and Borahae Language and Identity among Indonesian K-Pop Fans. *Bijdragen Tot de Taal-, Land- En Volkenkunde*, 180(4), 385–416. <https://doi.org/10.1163/22134379-bja10064>
- Yong Jin, D. (2023). Understanding the Korean Wave. In *Understanding the Korean Wave*. <https://doi.org/10.4324/9781003393016>
- Yoon, K. (2022). K-Pop Trans/Nationalism. *Routledge Handbook of Asian Transnationalism, September*, 394–405. <https://doi.org/10.4324/9781003152149-36>