

## **ANALISIS KETERIKATAN FANDOM SEVENTEEN TERHADAP KREATIVITAS GENERASI Z DI INDONESIA**

**Putri Aisyah Budiyan<sup>1</sup>, Erwin Permana<sup>2</sup>**

Universitas Pancasila

e-mail: [putriaisyah0323@gmail.com](mailto:putriaisyah0323@gmail.com)<sup>1</sup>, [erwin.permana@univpencasila.ac.id](mailto:erwin.permana@univpencasila.ac.id)<sup>2</sup>

**Abstrak** – Seiring dengan meningkatnya budaya K-Pop, maka bermunculan pula komunitas pencinta KPop di Indonesia. Fandom Seventeen merupakan salah satu perkumpulan komunitas KPop yang cukup populer di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis keterikatan fandom seventeen terhadap kreativitas generasi z di Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan memanfaatkan data sekunder dari berbagai sumber resmi dan situs-situs populer. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Gelombang Korea atau Hallyu, khususnya melalui penggemar SEVENTEEN (Cerat), memainkan peran besar dalam meningkatkan kreativitas Generasi Z di Indonesia. Penggemar tidak hanya menjadi tempat untuk bersenang-senang, tetapi juga berfungsi sebagai lingkungan sosial dan budaya yang mendorong anak muda untuk ikut serta dalam kegiatan yang bermanfaat. Keterlibatan mereka menunjukkan bahwa fandom dapat menjadi tempat belajar yang tidak resmi yang mengembangkan kreativitas dan memperkuat identitas bersama generasi muda di era digital. Kreativitas Generasi Z terlihat jelas dari berbagai jenis aktivitas penggemar. Proyek donasi yang dilakukan oleh penggemar menunjukkan bagaimana generasi ini bisa menggabungkan rasa peduli sosial dengan identitas mereka sebagai penggemar. Sementara itu, acara penyerahan gelas memperlihatkan bakat dalam seni, manajemen, dan kerja sama yang terbangun dalam komunitas. Selain itu, memiliki barang dagangan resmi dan ikut konser merupakan cara untuk menunjukkan keterikatan emosional dan simbol identitas yang semakin mempererat hubungan antara anggota fandom. Semua kegiatan ini menunjukkan bagaimana kreativitas Generasi Z berkembang melalui campuran pengalaman digital dan fisik.

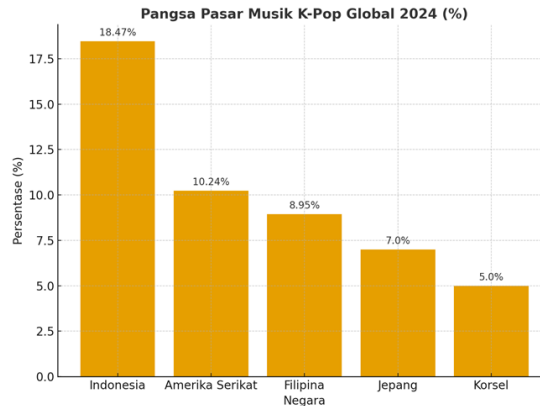
**Kata Kunci:** Fandom Seventeen, Gen Z, Indonesia, Korea, Kpop.

### **PENDAHULUAN**

Fenomena budaya populer Korea Selatan atau Hallyu Wave telah berkembang pesat dan menjadi tren global yang berpengaruh di berbagai negara, termasuk Indonesia. Salah satu bentuk paling menonjol dari Hallyu Wave adalah musik K-Pop yang berhasil membangun basis penggemar internasional dengan jumlah yang sangat besar dan loyalitas tinggi.

Fandom K-Pop merupakan salah satu komunitas pecinta budaya korea yang populer diseluruh dunia. Fandom K-Pop kini tidak hanya berperan sebagai ruang apresiasi hiburan, tetapi juga sebagai wadah pembentukan identitas sosial, interaksi antar individu, serta kreativitas generasi muda.

Menurut laporan Indonesian Gen-Z Report 2022, satu dari empat Generasi Z di Indonesia menunjukkan ketertarikan pada budaya K-Pop. Hal ini diperkuat oleh survei Jakpat (2023) yang mengungkapkan bahwa fandom K-Pop di Indonesia menjadi salah satu komunitas digital terbesar dan berpengaruh, dengan aktivitas utama berupa konsumsi konten, interaksi di media sosial, hingga partisipasi dalam kegiatan komunitas daring maupun luring.



Gambar 1. Pangsa Pasar Musik K-Pop Global

“Fenomena K-Pop telah mencapai skala global dengan pengaruh fanbase yang sangat besar. Jepang tercatat sebagai negara dengan jumlah streaming K-Pop tertinggi (~9,7 miliar), diikuti oleh Amerika Serikat (~9,2 miliar), dan Indonesia menduduki peringkat ketiga dengan sekitar 7,4 miliar streaming K-Pop on-demand.

Selain itu, Indonesia juga menjadi negara dengan penggemar / diskusi K-Pop terbanyak di media sosial, seperti Twitter, selama beberapa tahun terakhir, melewati negara-negara seperti Filipina, Korea Selatan, dan Malaysia. Ini menunjukkan bahwa fandom K-Pop di Indonesia bukan hanya besar secara jumlah, tetapi juga sangat aktif dalam penggunaan media digital, streaming, dan interaksi sosial online. Data-data ini memperkuat urgensi penelitian mengenai bagaimana keterikatan fandom di Indonesia memengaruhi kreativitas Generasi Z

Fakta ini menunjukkan bahwa K-Pop fandom, khususnya Seventeen dengan fandomnya yang dikenal sebagai Carat, memiliki peran signifikan dalam kehidupan sosial Generasi Z. Peran signifikan tersebut tampak dalam berbagai bentuk aktivitas nyata. Salah satunya adalah melalui Caratbong, lightstick resmi fandom Seventeen, yang bukan sekadar alat pencahayaan dalam konser tetapi juga simbol identitas dan solidaritas komunitas Carat. Kehadiran ribuan Caratbong yang menyala serentak pada konser menciptakan pengalaman emosional yang mendalam serta memperkuat rasa kebersamaan di antara penggemar.



Gambar 2. Light Stick Acara konser Musik Korea

Selain itu, keterikatan fandom juga diwujudkan dalam berbagai fan project, seperti penggalangan dana untuk memasang iklan ulang tahun idola, membuat spanduk dukungan, hingga aksi sosial seperti donasi yang dilakukan atas nama Seventeen. Fan project ini menunjukkan bagaimana fandom mampu mengorganisir diri secara kolektif dan menciptakan dampak nyata, tidak hanya di ranah hiburan tetapi juga dalam ranah sosial.



Gambar. 3 Berbagai bentuk kreatifitas para Fans dalam menggarap projek event

Aktivitas lain yang mencerminkan pengaruh fandom adalah kegiatan dance cover yang banyak dilakukan oleh Generasi Z di Indonesia. Melalui dance cover, penggemar tidak hanya menyalurkan hobi, tetapi juga mengembangkan kreativitas, keterampilan seni, dan kemampuan bekerja sama dalam kelompok. Kegiatan ini sering dipublikasikan melalui media sosial seperti YouTube, TikTok, dan Instagram, sehingga menjadi sarana untuk mengekspresikan diri sekaligus membangun eksistensi di komunitas daring yang lebih luas.



Gambar 4. Dance Cover

Dengan demikian, Carat sebagai fandom Seventeen tidak hanya berfungsi sebagai komunitas penggemar, tetapi juga sebagai ruang sosial, budaya, dan kreatif yang memberikan pengaruh signifikan terhadap kehidupan Generasi Z di Indonesia.

Generasi Z, yang lahir antara tahun 1997–2012, merupakan generasi digital native yang sangat akrab dengan perkembangan teknologi dan media sosial. Generasi ini dikenal adaptif terhadap perubahan, menghargai fleksibilitas, serta memiliki kecenderungan tinggi untuk berkreasi dan mengekspresikan diri. Kreativitas Generasi Z kerap tercermin melalui aktivitas seperti pembuatan fanart, cover dance, fanfiction, desain merchandise, hingga produksi konten digital di platform seperti TikTok, Instagram, dan YouTube. Fandom Seventeen berfungsi sebagai lingkungan sosial yang mendorong kreativitas tersebut, sejalan dengan teori Amabile (1996) yang menekankan bahwa lingkungan sosial dapat memengaruhi motivasi dan perilaku kreatif individu.

Meskipun fenomena keterikatan fandom K-Pop terhadap kreativitas Generasi Z semakin jelas terlihat dalam praktik sehari-hari, kajian akademis yang membahas hubungan keduanya di Indonesia masih terbatas. Sebagian besar penelitian sebelumnya lebih banyak menyoroti fandom dari perspektif komunikasi massa, konsumsi budaya populer, atau loyalitas penggemar, sementara dimensi pengaruhnya terhadap kreativitas belum banyak dieksplorasi. Padahal, kreativitas merupakan salah satu kompetensi penting yang dibutuhkan Generasi Z dalam menghadapi perkembangan industri kreatif dan persaingan global.

Berdasarkan pemaparan tersebut maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat keterikatan fandom Seventeen pada Generasi Z di Indonesia serta bentuk kreativitas yang ditunjukkan oleh Generasi Z melalui keterlibatan dalam fandom Seventeen. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam kajian budaya populer, serta memberikan wawasan praktis tentang bagaimana fandom dapat menjadi ruang produktif untuk mengembangkan kreativitas generasi muda.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu memberikan pemahaman yang mendalam mengenai fenomena sosial yang diteliti, yakni keterikatan fandom Seventeen terhadap kreativitas Generasi Z. Creswell (2014) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif berupaya mengeksplorasi dan memahami makna yang muncul dari pengalaman manusia, serta menekankan pada konteks, proses, dan interpretasi daripada sekadar angka-angka statistik. Dengan kata lain, penelitian kualitatif berfokus pada bagaimana realitas dipahami dan dimaknai oleh subjek penelitian.

Sementara itu, pendekatan deskriptif digunakan dalam penelitian ini berupaya menggambarkan fenomena secara sistematis dan faktual. Nazir (2014) menyatakan bahwa penelitian deskriptif bertujuan untuk memberikan lukisan yang akurat mengenai fakta-fakta serta hubungan antarfenomena sebagaimana adanya. Dengan pendekatan deskriptif, penelitian ini berusaha menyajikan gambaran yang jelas mengenai bagaimana keterikatan fandom terbentuk, bagaimana pola partisipasi penggemar berlangsung, serta bagaimana hal tersebut memengaruhi ekspresi kreatif Generasi Z.

Kombinasi kualitatif dan deskriptif menjadikan penelitian ini relevan untuk digunakan, sebab dapat memaparkan realitas sosial secara rinci melalui uraian naratif. Pendekatan ini diharapkan mampu menangkap makna keterikatan fandom tidak hanya sebagai bentuk hiburan semata, tetapi juga sebagai fenomena budaya yang berpengaruh pada gaya hidup dan kreativitas generasi muda.

Peneliti memanfaatkan data sekunder sebagai sumber yang utama. Data sekunder merujuk pada informasi yang didapatkan secara tidak langsung melalui media perantara, seperti dokumen, arsip, publikasi, laporan resmi, maupun hasil penelitian sebelumnya yang relevan dengan topik yang diteliti. Sugiyono (2017) mengungkapkan bahwa data sekunder dapat berupa catatan atau dokumen yang telah ada dan dapat digunakan oleh peneliti untuk memperkuat analisis. Sejalan dengan pendapat tersebut, Moleong (2019) menyatakan bahwa data sekunder adalah informasi yang tidak diperoleh secara langsung dari subjek penelitian, melainkan dari sumber-sumber lain yang dapat dipercaya.

Dalam konteks penelitian ini, data sekunder diperoleh melalui penelusuran berbagai pangkalan data resmi seperti publikasi akademik, laporan survei, jurnal ilmiah, serta artikel populer yang berkaitan dengan fenomena fandom K-Pop, khususnya fandom Seventeen (Cerat), dan kreativitas Generasi Z. Sumber-sumber tersebut dipilih karena dapat memberikan informasi yang luas dan mendalam tentang bagaimana fandom terbentuk, berkembang, serta berkontribusi terhadap perilaku kreatif generasi muda.

Pengolahan data dilakukan dengan metode triangulasi sumber, yaitu dengan cara membandingkan data dari satu sumber dengan data dari sumber lain hingga diperoleh informasi yang konsisten. Proses triangulasi ini penting untuk memastikan validitas data, sehingga informasi yang diperoleh dapat dipercaya. Data dianggap valid apabila sudah mencapai titik jenuh, yakni ketika peneliti tidak lagi menemukan informasi baru meskipun terus melakukan penelusuran.

Selanjutnya, data yang terkumpul dianalisis secara naratif. Analisis naratif dipilih untuk menggambarkan fenomena secara deskriptif, faktual, dan kontekstual, sehingga mampu memberikan pemahaman yang utuh mengenai keterikatan fandom Seventeen dan dampaknya terhadap kreativitas Generasi Z. Dengan demikian, penggunaan data sekunder

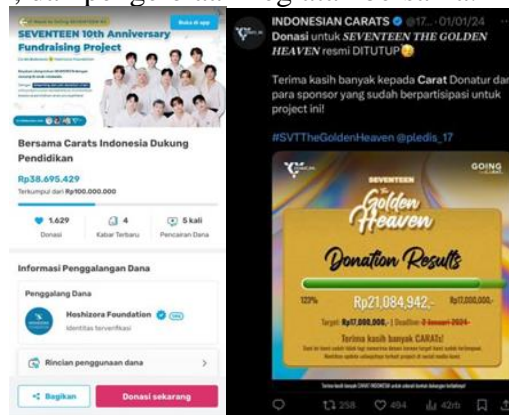
dalam penelitian ini diharapkan dapat memperkuat hasil analisis serta memberikan gambaran yang komprehensif tentang fenomena yang diteliti.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Aktivitas dalam Komunitas Fandom SEVENTEEN (Carat)

Komunitas penggemar SEVENTEEN, yang biasanya disebut Carat, memiliki banyak kegiatan yang menunjukkan rasa keterikatan emosional dan kreatifitas para anggotanya. Kegiatan-kegiatan ini tidak hanya sebatas menikmati budaya pop, tetapi juga melibatkan partisipasi aktif yang memperkuat rasa kebersamaan dan identitas kelompok. Dengan terlibat dalam komunitas ini, Generasi Z di Indonesia bisa mengasah beragam keterampilan sosial dan kreatif yang sesuai dengan kebutuhan di dunia digital saat ini.

Salah satu kegiatan utama yang dilakukan adalah penyelenggaraan proyek penggemar, baik secara online maupun offline. Proyek penggemar ini biasanya melibatkan pengumpulan dana untuk iklan ulang tahun idola, pembuatan spanduk atau banner dukungan, sampai kegiatan sosial seperti memberi donasi kepada organisasi kemanusiaan atas nama SEVENTEEN. Kegiatan ini menunjukkan bahwa komunitas penggemar tidak hanya fokus pada hiburan, tetapi juga berkontribusi untuk menciptakan dampak sosial yang positif. Bagi Generasi Z, terlibat dalam proyek penggemar menjadi kesempatan untuk belajar tentang kerjasama, kepemimpinan, dan pengelolaan kegiatan bersama.



Gambar 5 Fan project Donasi

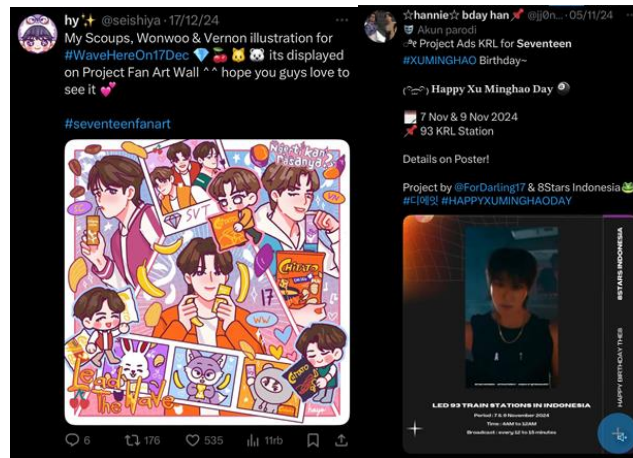
Sebagaimana terlihat di Gambar 5, project penggemar yang berbentuk kegiatan donasi adalah salah satu hal yang sering dilakukan oleh Carat di Indonesia. Jenis-jenis donasi ini bervariasi, mulai dari mengumpulkan uang untuk kegiatan sosial, memberikan bantuan kepada korban bencana, hingga mendukung program amal dengan menggunakan nama SEVENTEEN sebagai simbol dari fandom. Kegiatan seperti ini menunjukkan bahwa menjadi penggemar tidak hanya sebatas menikmati budaya populer, tetapi juga mengajarkan tentang empati, kepedulian kepada orang lain, dan tanggung jawab bersama.

Dengan adanya kegiatan project penggemar seperti yang terlihat di Gambar 5, jelas bahwa komunitas Carat berfungsi sebagai tempat untuk belajar secara sosial dan kreatif. Bagi generasi Z, terlibat dalam kegiatan ini bukan sekadar mengekspresikan rasa suka kepada idola, namun juga untuk menciptakan pengalaman yang berharga yang mendorong rasa kebersamaan, tanggung jawab sosial, dan kreatifitas bersama.

Konten digital yang diproduksi oleh Carat sering kali mendapatkan banyak pujian, baik dari orang-orang di dalam komunitas maupun dari audiens yang lebih luas di seluruh dunia. Contohnya, gambar dan cerita yang dibuat oleh penggemar dan diunggah di Twitter, Instagram, atau situs komunitas online bisa menjadi sangat populer dan menarik perhatian dari berbagai negara. Hal ini menunjukkan bahwa kreativitas dari Generasi Z tidak hanya terbatas di satu tempat, tetapi juga bisa sampai ke belahan dunia lain melalui penggunaan media digital.

Kegiatan kreatif ini juga memiliki manfaat edukasi, karena mendorong Generasi Z untuk belajar keterampilan teknis seperti desain grafis, menulis cerita, mengedit video, dan pemasaran online. Dengan cara ini, fandom menjadi tempat belajar yang tidak formal yang menghubungkan minat pribadi dengan keterampilan yang penting untuk industri kreatif saat ini. Ini sesuai dengan pendapat Amabile (1996) yang mengatakan bahwa lingkungan sosial bisa menjadi faktor penting dalam membangkitkan motivasi dan cara berpikir kreatif seseorang.

Selain itu, pembuatan konten digital oleh Carat juga membantu memperkuat rasa persatuan dan identitas bersama. Setiap karya yang dibuat bukan hanya mencerminkan kreativitas seseorang, tetapi juga menjadi lambang kebersamaan dan dukungan untuk SEVENTEEN. Jadi, fandom bukan hanya sekadar komunitas untuk bersenang-senang, tetapi juga menjadi ekosistem budaya yang mendorong kerja sama, inovasi, dan ekspresi diri anak muda di zaman digital ini.



Gambar 6 Fan art dan Project video ulang tahun

Sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 6, kegiatan penggemar Carat juga terlihat dalam pembuatan karya seni dan video ulang tahun. Karya seni ini adalah cara para penggemar menunjukkan rasa cinta dan keterikatan yang mereka rasakan terhadap idola mereka. Karya ini tidak hanya menunjukkan bakat menggambar dari individu, tetapi juga menjadi kesempatan bagi Generasi Z untuk belajar dan mengembangkan kemampuan dalam seni, desain, dan ilustrasi digital. Dengan menggunakan platform seperti Instagram, Twitter, dan Pinterest, karya seni Carat dapat menyebar dengan cepat, mendapat perhatian, dan menciptakan interaksi di komunitas online.

Di sisi lain, video ulang tahun yang dibuat penggemar adalah contoh nyata dari kerja sama dan kreativitas bersama di dalam fandom. Para penggemar dengan sukarela mengumpulkan uang, membuat desain, dan menampilkan iklan di tempat umum, seperti papan iklan atau jejaring sosial. Aktivitas ini menunjukkan betapa berdedikasinya Generasi Z dan kemampuan mereka untuk mengatur proyek yang kreatif dan dapat menjangkau banyak orang. Kegiatan ini bukan hanya sekadar merayakan ulang tahun idola, tetapi juga menunjukkan semangat kebersamaan dan kemampuan menghubungkan ide-ide dengan tindakan nyata di ruang publik.

Dengan demikian, karya seni dan video ulang tahun yang terlihat pada Gambar 6 menunjukkan bahwa kreativitas penggemar Carat tidak hanya bersifat pribadi, tetapi juga bisa berubah menjadi karya bersama yang memiliki jangkauan yang luas. Aktivitas ini menekankan peran fandom sebagai tempat yang produktif, mendorong Generasi Z untuk mengembangkan kemampuan dalam seni, teknologi, komunikasi, dan kerja sama.

## 2. Bentuk Keterikatan Para Fandom

Keterikatan fandom sebenarnya adalah cara orang menghubungkan emosi, bersosialisasi, dan berpartisipasi dengan idolanya serta komunitas penggemarnya. Dalam kasus fandom SEVENTEEN, yang disebut Carat, keterikatan ini muncul melalui kesetiaan,

dukungan satu sama lain, dan kreativitas dalam berbagai kegiatan. Carat tidak hanya sekadar menikmati musik SEVENTEEN, tetapi juga ikut aktif dalam budaya dengan berbagai aktivitas kreatif dan sosial.

Pertama, ada keterikatan emosional. Banyak anggota Carat merasa terhubung secara dalam dengan idola mereka, baik dari lirik lagu, penampilan di panggung, maupun interaksi online dengan SEVENTEEN. Rasa ikatan ini menciptakan kesetiaan yang kuat, yang terlihat dari dukungan yang terus menerus, seperti membeli album, ikut konser, dan bergabung dalam komunitas online. Kesetiaan ini menjadi identitas bersama yang menyatukan penggemar, meskipun mereka berasal dari berbagai latar belakang dan tempat yang berbeda.

Selain itu, ada juga keterikatan sosial. Carat membangun interaksi dan saling mendukung melalui komunitas online dan offline, yang menciptakan jaringan sosial baru. Kegiatan ini memberi rasa kebersamaan dan kepemilikan di antara para anggota fandom. Menjadi bagian dari fandom bukan hanya tentang mendukung idola, tetapi juga membangun hubungan pribadi, saling mendukung, dan bekerja sama dalam proyek-proyek bersama.

Terakhir, ada dimensi kreatif. Para Carat secara aktif menciptakan karya-karya seperti fan art, fanfiction, desain merchandise, dan video kreatif yang dibagikan di media sosial. Kegiatan ini menunjukkan bahwa keterikatan fandom bukan hanya tentang menikmati hiburan, tapi juga menjadi tempat yang produktif bagi Generasi Z untuk mengekspresikan diri, mengembangkan keterampilan, dan mendapatkan pengakuan di komunitas mereka. Dengan demikian, keterikatan fandom SEVENTEEN bisa dilihat sebagai fenomena yang mencakup aspek emosional, sosial, dan kreatif sekaligus.



Gambar 7 Produk resmi dan Tiket konser

Sebagaimana pada Gambar 7, Selain kegiatan kreatif, keterikatan fandom juga terlihat dari kepemilikan barang-barang fisik seperti merchandise resmi dan tiket konser. Barang-barang seperti lightstick, album edisi khusus, atau pakaian bertema SEVENTEEN tidak hanya menjadi barang koleksi, tetapi juga menjadi tanda identitas dan kebanggaan bagi seorang Carat. Begitu pula, tiket konser bukan hanya cara untuk masuk ke acara musik, tapi juga simbol dari pengalaman emosional yang dalam saat para penggemar bisa melihat idola mereka secara langsung. Keberadaan merchandise dan tiket konser ini memperkuat hubungan emosional, sosial, dan kreatif, karena menjadi bukti nyata dari kesetiaan serta alat untuk menunjukkan rasa kebersamaan di antara anggota komunitas fandom. Dengan demikian, ikatan fandom SEVENTEEN bisa dilihat sebagai kombinasi antara pengalaman digital dan fisik yang saling melengkapi.

Begitu juga, tiket konser bukan hanya pintu masuk ke acara musik, tapi juga lambang pengalaman menyentuh yang dalam saat penggemar bisa bertemu idolanya secara langsung. Saat konser berlangsung, ada rasa persatuan yang sangat kuat, karena banyak Carat datang dengan semangat yang serupa, menggunakan barang-barang penggemar seperti Caratbong yang semuanya menyala bersama. Ini menciptakan momen yang tidak akan terlupakan dan memperkuat hubungan emosional antara penggemar, idola, dan juga komunitas penggemar itu sendiri.

Keberadaan barang dagangan dan tiket konser ini juga membantu hubungan sosial, karena sering menjadi cara bagi penggemar untuk berinteraksi. Contohnya, penggemar saling bertukar barang dagangan, berbagi cerita tentang konser, sampai membuat grup

diskusi online untuk merayakan momen-momen tertentu. Dengan cara ini, barang-barang fandom menjadi alat yang memperkuat rasa kebersamaan dan ikatan kolektif.

Secara keseluruhan, memiliki barang dagangan resmi dan tiket konser menunjukkan bahwa hubungan fandom SEVENTEEN tidak hanya terjadi di dunia online, tetapi juga tercermin dalam pengalaman nyata. Perpaduan antara pengalaman daring (konten kreatif, interaksi di media sosial) dan pengalaman luring (konser, barang dagangan) menciptakan ikatan yang menyeluruh, melibatkan sisi emosional, sosial, dan juga kreatif dalam kehidupan Generasi Z sebagai bagian dari komunitas Carat.



Gambar 8 Event project

Sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 8, project cupsleeve penggemar adalah salah satu kegiatan yang sering dilakukan oleh para penggemar SEVENTEEN atau Carat. Kegiatan ini biasanya diadakan di kafe bertema, tempat penggemar merancang dan membagikan pelindung gelas bergambar idola mereka untuk merayakan ulang tahun anggota SEVENTEEN atau momen spesial tertentu. Kegiatan ini tidak hanya menunjukkan kreativitas dalam desain, tetapi juga membantu membangun rasa persatuan di antara para penggemar.

Untuk Generasi Z, ikut serta dalam acara pelindung gelas memberi kesempatan untuk mengekspresikan kreativitas dan belajar keterampilan praktis. Dari merancang desain, mengatur produksi, hingga menyelenggarakan acara, semua langkah ini melibatkan kerja sama tim dan pengelolaan kegiatan yang cukup rumit. Hal ini menunjukkan bahwa fandom bisa menjadi tempat untuk belajar di luar sekolah yang mengembangkan kemampuan organisasi, komunikasi, dan kerja sama di kalangan generasi muda.

Selain itu, acara cupsleeve juga menjadi sarana untuk berinteraksi sosial. Para penggemar yang datang tidak hanya mendapatkan cupsleeve sebagai kenang-kenangan, tetapi juga kesempatan untuk bertemu secara langsung dengan sesama Carat, berbagi pengalaman, dan memperkuat rasa kebersamaan. Kegiatan ini menunjukkan bahwa hubungan dalam fandom tidak hanya terjadi secara online, tetapi juga nyata di kehidupan sehari-hari, dan membantu memperdalam ikatan emosional dan sosial antara anggota komunitas.

Oleh karena itu, project cupsleeve yang terlihat di Gambar 8 menunjukkan bagaimana fandom SEVENTEEN mendorong keterlibatan aktif Generasi Z dalam kegiatan kreatif dan sosial. Proyek ini menjadi simbol bahwa hubungan dalam fandom tidak hanya tentang menikmati hiburan, tetapi juga pengalaman bersama yang menggabungkan kreativitas, persaudaraan, dan kebersamaan di dunia digital saat ini.

### 3. Bentuk Kreativitas

Kreativitas di komunitas SEVENTEEN (Carat) muncul sebagai salah satu hal penting yang membuat fandom ini berbeda dari kelompok penggemar biasa. Generasi Z yang ada dalam fandom ini tidak hanya menikmati musik yang dibuat, tetapi juga menjadikannya berbagai cara baru untuk mengekspresikan diri. Kreativitas ini muncul baik dari individu

maupun dari kelompok, menunjukkan bagaimana fandom menjadi tempat yang mendukung ide-ide baru dan asli.

Salah satu contoh nyata kreativitas adalah project penggemar seperti penggalangan dana dan acara cupsleeve. Melalui kegiatan ini, penggemar tidak hanya menunjukkan dukungan kepada idolanya, tetapi juga memperlihatkan kepedulian terhadap masalah sosial dan keterampilan dalam desain, mengatur acara, serta bekerja sama. Project-project ini menunjukkan bahwa kreativitas fandom tidak hanya menciptakan gambar, tetapi juga menghasilkan tindakan nyata yang memberikan dampak positif, baik dalam komunitas maupun masyarakat secara umum.

Selain kegiatan bersama, kreativitas juga terlihat dalam karya pribadi, seperti membuat ilustrasi, merancang barang dagangan, atau konten digital yang dibagikan lewat media sosial. Bagi Generasi Z, kegiatan ini bukan hanya cara untuk mengekspresikan diri, tetapi juga kesempatan untuk meningkatkan kemampuan yang sesuai dengan industri kreatif. Adanya media digital membuat karya-karya ini bisa dilihat oleh banyak orang, sehingga memberi pengakuan dan penghargaan kepada para pembuatnya.

Dengan begitu, berbagai bentuk kreativitas yang ada dalam fandom SEVENTEEN menunjukkan peran ganda fandom sebagai tempat bersenang-senang dan juga sebagai tempat belajar. Fandom memberi dorongan bagi Generasi Z untuk mengekspresikan ide-ide, membangun kerja sama, dan mengembangkan kemampuan kreatif yang bermanfaat untuk masa depan mereka di dunia digital.

#### **4. Upaya-upaya untuk membangun kreatifitas**

Upaya untuk meningkatkan kreativitas di dalam komunitas penggemar SEVENTEEN (Cerat) tidak hanya tergantung pada minat orang per orang, tetapi juga dipengaruhi oleh lingkungan sosial dan budaya yang mendukung. Komunitas penggemar memberikan tempat untuk berinteraksi yang mendorong Generasi Z untuk terus mencoba ide-ide baru, baik secara online maupun offline. Dengan dukungan dari komunitas, penggemar merasa lebih percaya diri untuk mengekspresikan diri dan mengasah keterampilan yang mereka miliki.

Salah satu cara yang dilakukan adalah dengan menciptakan kegiatan kerja sama seperti project penggalangan dana dari penggemar atau acara cupsleeve. Kegiatan ini memberi kesempatan kepada Generasi Z untuk belajar bekerja dalam tim, berbagi tugas, dan meningkatkan kemampuan manajemen. Melalui kegiatan tersebut, kreativitas tidak hanya tumbuh dalam hal seni atau konten digital, tetapi juga meluas ke aspek organisasi, komunikasi, dan kepemimpinan.

Selain itu, media digital sangat penting dalam mendukung kreativitas para penggemar. Platform seperti TikTok, Instagram, dan Twitter/X memudahkan penyebaran karya, mulai dari desain gambar, video kreatif, hingga dokumentasi acara penggemar. Ruang digital ini tidak hanya memberi kesempatan kepada Generasi Z untuk menunjukkan hasil karya mereka, tetapi juga memberikan umpan balik berupa pujian atau kritik yang membangun. Interaksi seperti ini mendorong penggemar untuk terus berinovasi dan memperbaiki kualitas karya yang dihasilkan.

Lebih lanjut, usaha untuk membangun kreativitas juga didukung oleh budaya partisipatif yang ada dalam fandom itu sendiri. Komunitas penggemar memberikan dukungan psikologis berupa rasa kepemilikan dan kebersamaan, yang membuat penggemar lebih termotivasi untuk berkontribusi. Lingkungan ini sesuai dengan teori Amabile yang menekankan pentingnya faktor sosial dalam menciptakan motivasi dan perilaku kreatif. Jadi, fandom SEVENTEEN bisa dipahami sebagai tempat yang secara aktif membantu membentuk, merangsang, dan mengarahkan kreativitas Generasi Z agar menjadi lebih produktif dan bermanfaat.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan penjelasan yang telah diberikan, penelitian ini menyatakan bahwa Gelombang Korea atau Hallyu, khususnya melalui penggemar SEVENTEEN (Carat), memainkan peran besar dalam meningkatkan kreativitas Generasi Z di Indonesia. Penggemar tidak hanya menjadi tempat untuk bersenang-senang, tetapi juga berfungsi sebagai lingkungan sosial dan budaya yang mendorong anak muda untuk ikut serta dalam kegiatan yang bermanfaat. Keterlibatan mereka menunjukkan bahwa fandom dapat menjadi tempat belajar yang tidak resmi yang mengembangkan kreativitas dan memperkuat identitas bersama generasi muda di era digital.

Kreativitas Generasi Z terlihat jelas dari berbagai jenis aktivitas penggemar. Proyek donasi yang dilakukan oleh penggemar menunjukkan bagaimana generasi ini bisa menggabungkan rasa peduli sosial dengan identitas mereka sebagai penggemar. Sementara itu, acara penyerahan gelas memperlihatkan bakat dalam seni, manajemen, dan kerja sama yang terbangun dalam komunitas. Selain itu, memiliki barang dagangan resmi dan ikut konser merupakan cara untuk menunjukkan keterikatan emosional dan simbol identitas yang semakin mempererat hubungan antara anggota fandom. Semua kegiatan ini menunjukkan bagaimana kreativitas Generasi Z berkembang melalui campuran pengalaman digital dan fisik.

Lebih jauh, penelitian ini menunjukkan bahwa fandom SEVENTEEN menjadi tempat yang mendorong munculnya berbagai bentuk ekspresi kreatif, seperti seni, konten digital, dan aktivitas bersama yang berdampak sosial. Ini sejalan dengan teori Amabile yang menekankan pentingnya lingkungan sosial untuk memunculkan motivasi dan kreativitas. Bagi Generasi Z, fandom menjadi cara yang praktis untuk belajar keterampilan teknis, memperluas jaringan sosial, dan menyalurkan harapan serta kepedulian sosial mereka.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Gelombang Korea melalui fandom SEVENTEEN tidak hanya memperkuat rasa cinta terhadap idola mereka, tetapi juga berpengaruh nyata pada perkembangan kreativitas Generasi Z di Indonesia. Fandom mendorong generasi ini untuk menjadi lebih adaptif, kolaboratif, dan inovatif dalam menghadapi tantangan di era digital. Penelitian ini juga membuka kesempatan untuk studi lebih lanjut tentang bagaimana peran fandom dalam industri kreatif dan bagaimana komunitas penggemar dapat menjadi agen budaya yang berkontribusi pada pembangunan sosial dan ekonomi, baik di tingkat nasional maupun global.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Amabile, T. M. (1996). *Creativity in context*. Boulder, CO: Westview Press.
- Choi, J. B., & Maliangkay, R. (2015). *K-pop: The international rise of the Korean music industry*. New York: Routledge.
- Choi, Y., Kim, H., & Lee, J. (2024). Fandom engagement and digital creativity among Generation Z. *Journal of Cultural Studies*, 12(1), 15–29.
- Dimock, M. (2019, January 17). *Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins*. Pew Research Center.
- Jakpat. (2023). *Indonesian K-pop fandom survey report 2023*. Jakarta: Jakpat Insight.
- Jenkins, H. (1992). *Textual poachers: Television fans and participatory culture*. New York: Routledge.
- Moleong, L. J. (2019). *Metodologi penelitian kualitatif (Edisi Revisi)*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants. *On the Horizon*, 9(5), 1–6.
- Runco, M. A., & Jaeger, G. J. (2012). The standard definition of creativity. *Creativity Research Journal*, 24(1), 92–96.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.