



Analisis Tren *K-pop* terhadap Motivasi Belajar Bahasa Inggris di Kalangan *Gen-Z*

Rahma Arifatuzzahra¹, Maila Syakhshiyatul Ma'rufah^{2*}, Annisa Sultan Alfiani³, Amalia Fajriyyatin Najichah⁴

^{1,2,3,4}Pendidikan Bahasa Inggris, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, UIN Walisongo, Semarang, Indonesia

Email: ¹rahmaarifatuzzahra@gmail.com, ^{2*}syamaila29@gmail.com, ³annisasultan1212@gmail.com, ⁴amaliafajriyya@gmail.com

Informasi Artikel

Submitted: 18-05-2024

Accepted: 07-06-2024

Published: 27-07-2024

Keywords:

K-pop

Motivation

Learning

English language

Gen-Z

Abstract

This research analyzes the impact of the K-pop trend on motivation to learn English among Gen-Z. The study identified that the importance of English for educational and career purposes encourages Gen-Z to learn it. However, there are factors that contribute to decreased motivation, such as uninteresting learning materials, social stigma, lack of confidence, and time constraints. In recent years, the K-pop phenomenon has provided an interesting and non-monotonous approach to learning English. Gen-Z is inspired to learn English through K-pop content on platforms such as YouTube, TikTok and Instagram. In addition, fandom interactions on social media require English as the language of communication. K-pop idols also actively interact with fans in English through YouTube channels and live streaming apps. The presence of English subtitles in K-pop content, the use of English lyrics in songs, and the use of English platforms by idol agencies further increase the motivation to learn English among Gen-Z. This research aims to provide a comprehensive analysis of the impact of K-pop trends on Gen-Z's motivation to learn English as well as the factors that contribute to this motivation. The results of this study are expected to deepen our understanding of the relationship between the K-pop trend and motivation to learn English, as well as facilitate the understanding of the relationship between the K-pop trend and motivation to learn English. and facilitate the development of effective language learning strategies

Abstrak

Penelitian ini menganalisis dampak tren K-pop terhadap motivasi belajar bahasa Inggris di kalangan Gen-Z. Studi ini mengidentifikasi bahwa pentingnya bahasa Inggris untuk tujuan pendidikan dan karir mendorong Gen-Z untuk mempelajarinya. Namun, terdapat faktor-faktor yang berkontribusi terhadap penurunan motivasi, seperti materi pembelajaran yang tidak menarik, stigma sosial, kurangnya kepercayaan diri, dan keterbatasan waktu. Dalam beberapa tahun terakhir, fenomena K-pop telah memberikan pendekatan belajar bahasa Inggris yang menarik dan tidak monoton. Gen-Z terinspirasi untuk belajar bahasa Inggris melalui konten K-pop di platform seperti YouTube, TikTok, dan Instagram. Selain itu, interaksi fandom di media sosial membutuhkan bahasa Inggris sebagai bahasa komunikasi. Idola K-pop juga aktif berinteraksi dengan penggemar dalam bahasa Inggris melalui saluran YouTube dan aplikasi live streaming. Kehadiran subtitle bahasa Inggris dalam konten K-pop, penggunaan lirik bahasa Inggris dalam lagu, dan penggunaan platform berbahasa Inggris oleh agensi idola semakin meningkatkan motivasi belajar bahasa Inggris di kalangan Gen-Z. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan analisis komprehensif tentang dampak tren K-pop terhadap motivasi Gen-Z untuk belajar bahasa Inggris serta faktor-faktor yang berkontribusi terhadap motivasi ini. Hasil penelitian ini diharapkan dapat mendalami pemahaman kita

tentang hubungan antara tren K-pop dan motivasi belajar bahasa Inggris, serta memfasilitasi pengembangan strategi pembelajaran bahasa yang efektif.

Kata Kunci: K-pop, Motivasi, Pembelajaran, Bahasa Inggris, Gen-Z

1. PENDAHULUAN

Bahasa Inggris merupakan bahasa internasional yang digunakan banyak khalayak terutama *gen-z*, hal penting yang mendorong *gen-z* untuk mempelajari bahasa Inggris adalah untuk menunjang dari aspek pendidikan dan karir mereka. Contohnya ketika mencari beasiswa ke luar negeri, sertifikat kemampuan berbahasa Inggris dapat menunjang peluang untuk mendapat beasiswa tersebut. Selain itu, dari segi karir kemampuan berbahasa Inggris diperlukan jika ingin memperluas koneksi dan juga terdapat beberapa perusahaan yang mewajibkan para pekerjanya bisa berbahasa Inggris. Namun, dalam proses pembelajarannya terdapat beberapa hal yang menyebabkan turunnya minat belajar Bahasa Inggris. Banyak faktor yang menyebabkan penurunan motivasi belajar bahasa Inggris, termasuk materi pelajaran yang tidak menarik bagi siswa. Selain itu, rasa malu untuk belajar bahasa Inggris mungkin menjadi hal yang umum di kalangan orang Indonesia, yang dapat menghambat minat mereka untuk melakukannya. Selain itu, kurangnya keyakinan diri dapat menjadi hambatan, terutama ketika peserta didik merasa takut akan kosa kata baru dan struktur kalimat yang berbeda dari bahasa Indonesia. Ketakutan ini dapat menyebabkan peserta didik tidak mau belajar bahasa Inggris. Faktor waktu juga penting, terutama di negara seperti Indonesia dengan waktu belajar yang terbatas. Ini membuat belajar bahasa Inggris terlalu padat dan sulit untuk diprioritaskan dalam rutinitas harian.[1]

Seiring berkembangnya zaman dan teknologi, muncul cara belajar Bahasa Inggris yang lebih menarik dan tidak membosankan. Salah satunya, kemunculan tren *k-pop* yang menjadi jalan baru untuk belajar berbahasa Inggris. Jenis musik populer yang dikenal sebagai *K-Pop* berasal dari Korea Selatan dan mencakup berbagai *genre*, seperti *hip-hop*, *electronic dance*, *jazz*, *rock*, dan lain-lain. Tren *k-pop* ini memotivasi *gen-z* untuk belajar Bahasa Inggris melalui berbagai konten dari beberapa platform, seperti YouTube, TikTok, X, dan Instagram. Dalam beberapa tahun terakhir, Munculnya *K-pop* telah menarik banyak penggemar dari Indonesia. Artinya, musik *K-Pop* banyak dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia. Tidak dapat dipungkiri bahwa kemunculan *K-Pop* bukan sekadar tren sepintas saja, tetapi telah berkembang menjadi budaya yang memiliki banyak penggemar.

Beberapa alasan tren *k-pop* menjadi motivasi belajar bahasa Inggris karena banyak terjadi interaksi fandom antar negara di media sosial yang memerlukan bahasa penghubung yakni bahasa Inggris karena bahasa Inggris juga sudah menjadi bahasa global tentu akan lebih memudahkan untuk berkomunikasi. Konten-konten YouTube Idol *k-pop* yang selalu menggunakan subtitle bahasa Inggris dan beberapa aplikasi live streaming yang pastinya berbahasa Inggris. Banyak idol *k-pop* seperti Eric Nam, RM dari BTS, Amber Liu, Paniel BTOB dan Sorn CLC memiliki chanel YouTube dimana mereka berinteraksi dengan penggemar menggunakan bahasa Inggris. Adapun beberapa lagu *k-pop* sekarang menggunakan beberapa kata bahasa Inggris untuk lirik lagu, tak jarang mereka membuat lagu dengan lirik full berbahasa Inggris. Agensi *k-pop* idol juga menggunakan aplikasi sebagai platform interaksi antara idol dan penggemar yang menggunakan bahasa Inggris. Hal-hal tersebut yang mendorong naiknya motivasi belajar Bahasa Inggris di kalangan *gen-z*. Ada beberapa kajian penelitian yang membahas tentang dampak trend *K-pop* terhadap motivasi belajar seseorang. Salah satunya artikel yang ditulis oleh Sarita Kusumawardhani yang membahas tentang studi pada lagu Bahasa Inggris oleh boygroup *k-pop* BTS. Contoh lain terdapat pada jurnal yang ditulis oleh Galuh Kinnanthi Herhayyu Adi, menjelaskan tentang apa saja pengaruh budaya Korea pada penggemar-penggemar *K-Pop*. Sedangkan penelitian kami lebih berfokus pada minat belajar seseorang yang di pengaruhi oleh *K-Pop*. Terdapat penelitian yang berkaitan dengan dampak tren *k-pop* terhadap motivasi akademik seseorang. Contohnya adalah penelitian bertajuk “Studi Lagu Bahasa Inggris *k-Pop* boy band BTS” yang ditulis oleh Sarita Kusumawardhani, membahas tentang motivasi preferensi musik konsumen terhadap lagu berbahasa Inggris dari boy band *k-Pop* BTS.[2] Penelitian lainnya yaitu berjudul “Korean Wave (Studi Pengaruh Budaya Korea pada Penggemar *k-Pop* di Semarang)” oleh Galuh Kinnanthi Herhayyu Adi yang menjelaskan pengaruh budaya Korea bagi penggemar *k-pop*, khususnya di Semarang.[3]

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana tren *k-pop* memotivasi keinginan belajar bahasa Inggris dari *gen-z* dan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhinya. Selain itu tujuan penelitian ini juga untuk menganalisis respon penggemar *K-pop* terhadap bahasa Inggris, seperti penulisan lagu dan juga terjemahan dari lagu-lagu dalam bahasa Inggris. Dalam penelitian ini juga akan dianalisis bagaimana bahasa Inggris menjadi bahasa yang menghubungkan antara idol dan penggemarnya melewati lagu-lagu

dan konten youtube yang berbahasa Inggris. Penelitian ini diharapkan memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang hubungan antara tren k-pop dan motivasi siswa dalam belajar Bahasa Inggris serta memberikan dasar bagi pengembangan strategi pembelajaran yang efektif[1].

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif sebagai metode penyajian data. Metode kualitatif berpusat pada peristiwa yang subjektif, nyata, interaktif, dan alami[4]. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tujuan untuk mengidentifikasi pola-pola umum dalam data yang dikumpulkan. Selain itu penelitian ini juga untuk menggali secara mendalam mengenai wawasan terkait fenomena trend k-pop menjadi motivasi belajar bahasa Inggris di kalangan gen-Z. Subjek penelitian merupakan orang-orang yang tergabung komunitas k-pop dalam grup chat di platform media sosial yakni whatsApp.

Sumber data penelitian ini meliputi bukti transkripsi hasil wawancara dan teori-teori serta kajian pustaka dari penelitian terdahulu. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik wawancara dan studi pustaka. Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif yang mencakup penyajian dan verifikasi data.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam hasil dan pembahasan artikel ini, analisis mendalam dilakukan terhadap tren K-pop dan dampaknya terhadap motivasi belajar bahasa Inggris di kalangan Generasi Z dengan usia 17-19 tahun. Mereka mulai mengenal K-Pop sekitar tahun 2016 sampai 2019, dan ketertarikan mereka terhadap k-pop sangat beragam. Banyak dari mereka yang mulai mengenal K-Pop melalui media sosial seperti tiktok, twitter, instagram, youtube, dan telegram.

Beberapa topik utama yang akan dibahas dalam penelitian ini melalui wawancara yang dilakukan, yaitu bagaimana tren k-pop mendorong gen-z untuk belajar bahasa inggris dan semua faktor yang mempengaruhinya, juga untuk melihat bagaimana respon penggemar K-pop terhadap lagu-lagu Korea yang khusus dibuat dalam bentuk *english version*, serta melihat bagaimana bahasa Inggris menjadi bahasa yang menghubungkan *idol* dan penggemarnya melalui lagu-lagu dan konten YouTube dalam bahasa Inggris.

Pertanyaan 1

Nama	Pertanyaan	Jawaban
Vina	Apa yang membuat generasi Z tertarik untuk belajar bahasa Inggris melalui tren K-pop?	Jadi bisa interaksi sama fans all around the world.
Jila		Budaya populer global, seperti film Hollywood dan musik pop barat, memengaruhi kemahiran bahasa Inggris Generasi Z. Mereka lebih terbiasa dengan kosakata dan pengucapan bahasa Inggris karena seringnya menjadi topik pembicaraan sehari-hari. Bahkan, ada yang lebih mahir dalam bahasa Inggris daripada bahasa ibu mereka.
Chalimah		Karena dengan kita belajar bahasa Inggris, kita bisa memahami apa yg idol kita bicarakan saat fansign maupun dalam konten YouTube.
Aliya		Belajar bahasa Inggris melalui membaca buku bisa jadi membosankan bagi sebagian orang. Oleh karena itu, banyak yang memilih media yang menarik, seperti K-pop, yang juga memuat kosa kata bahasa Inggris dalam liriknya, sehingga lebih menarik dan mudah dihafal.
Anggi		Karena termotivasi dari bias saya sendiri yaitu mark lee yang berasal dari Canada.
Dapaa		Memahami konten yang hanya tersedia terjemahan bahasa Inggris.
Avrill		Karena sekarang lagu lagu kpop banyak juga yg liriknya pake bahasa inggris.

Pertanyaan 2

Nama	Pertanyaan	Jawaban
Vina	Faktor apa yang paling	Biar bisa paham konten" mereka krn kebanyakan hanya menyediakan eng sub.

Jila	memotivasi penggemar K-pop untuk mempelajari bahasa Inggris?	Sang idola bisa bahasa Inggris yang membuat motivasi kepada penggemar KPop agar bisa belajar bahasa asing.
Chalimah		Agar penggemar dapat berkomunikasi dengan baik ketika bertemu dengan idolanya.
Aliya		Salah satu motivasi kuat bagi penggemar adalah keinginan untuk bertemu atau berkomunikasi dengan idol mereka. Untuk itu, mereka harus belajar bahasa Inggris, karena meskipun idol mereka dari Korea, bahasa Inggris adalah bahasa internasional yang umum digunakan.
Anggi		Mempermudah komunikasi dengan idol ketika fansite atau fansign karena bahasa Inggris adalah bahasa internasional.
Dapaa		Komunikasi bersama idol dan fans internasional.
Avrill		Biar bisa ngobrol sama idol tanpa harus belajar bakor yg dimana justru itu makin sulit di pelajari.

Pertanyaan 3

Nama	Pertanyaan	Jawaban
Vina	Bagaimana terjemahan lagu-lagu kpop ke dalam Bahasa Inggris mempengaruhi pengalaman mendengarkan lagu bagi penggemar?	jadi bisa lebih relate sama lagunya
Jila		Untuk memahami lirik lagu dalam bahasa Inggris.
Chalimah		Iya, karna jadi paham maksud artinya
Aliya		semisal lirik lagu Korea diterjemahkan ke bahasa Inggris itu bisa lebih diserap maknanya sama si pendengar ini.
Anggi		terkadang saya tidak mengerti arti atau makna dari terjemahan bahasa Inggris karena teori dalam lagu itu.
Dapaa		Ada beberapa lagu yang memang tersedia dalam bahasa Inggris, namun terdengar berbeda apabila sering mendengar versi asli
Avrill		makin mudah di denger dan lebih bisa di pahami

Pertanyaan 4

Nama	Pertanyaan	Jawaban
Vina	Apakah penggunaan Bahasa Inggris oleh idola k-pop dalam konten youtube meningkatkan koneksi dengan penggemar?	Iyaa betul
Jila		Ya, karena dapat menemukan reaksi bersama sang idola.
Chalimah		Yes, karena bahasa Inggris adalah bahasa internasional jadi kita bisa lebih memahami apa yg mereka bicarakan dengan bahasa Inggris
Aliya		Ya, karena dengan adanya konten YouTube idol apalagi menggunakan bahasa Inggris tentu saja membuat konten tersebut mudah diakses dan dipahami oleh penggemar Internasional
Anggi		.Iya karena bahasa Inggris adalah bahasa internasional.
Dapaa		Ya, walaupun tidak ada komunikasi timbal balik
Avrill		ya karna sekarang kpop pasarnya juga udah internasional jadi orang lebih paham kalo pake b.inggris

Pertanyaan 5

Nama	Pertanyaan	Jawaban
Vina	Apakah penggunaan Bahasa Inggris dalam konten youtube k-pop membuatnya lebih mudah diakses oleh	Iya saya setuju
Jilaa		Ya betul sekali
Chalimah		betul, karena fans mereka tidak hanya dari Korea tpi jg meliputi kancan internasional
Aliya		Ya, penggunaan bahasa Inggris dalam konten YouTube Kpop dapat membuatnya lebih mudah diakses oleh penggemar di luar Korea karena Penggunaan bahasa Inggris oleh idol Kpop membuat konten tersebut lebih mudah dimengerti oleh penggemar di luar Korea yang mungkin tidak lancar dalam bahasa Korea

Anggi	penggemar luar korea?	pertanyaan ini lumayan mirip seperti pertanyaan di atas, rata-rata idol k-pop dalam konten youtube atau live di manapun lebih sering menggunakan bahasa korea sehingga kita para penggemar luar korea sangat kesulitan.
Dapaa		Ya, dalam hal jangkauan konten berbahasa Inggris lebih diminati fans internasional
Avrill		iya,jadi kpopers tidak perlu mencari konten youtube di platform lain untuk mencari yg sudah ada sub ing

Pertanyaan 6

Nama	Pertanyaan	Jawaban
Vina	Bagaimana interaksi antara idola K-pop dan penggemar menggunakan bahasa Inggris di media sosial mempengaruhi keinginan penggemar untuk belajar bahasa Inggris?	karena liat ada yg dinotice pake inggris, jadi makin mau belajar inggris biar dinotice.
Jila		Melalui aplikasi weverse yaitu untuk interaksi sang idola dan penggemar..
Chalimah		Karena penggemar pengen bisa berinteraksi dengan idol mereka, jdi penggemar pun berfikir lebih mudah untuk belajar bahasa inggris dibandingkan bahasa Korea atau yg lainnya
Aliya		Setuju, dengan begitu akan banyak penggemar yang ikut antusias belajar bahasa inggris karena melihat idol yang digemarannya menggunakan bahasa inggris juga sebagai alat komunikasinya.
Anggi		Iya seperti saya contohnya ingin belajar bahasa Inggris karena idol saya sangat sering berbicara menggunakan bahasa Inggris di live,bubble atau media lainnya.
Dapaa		Idol kpop yang fasih berbahasa Inggris akan lebih sering berkomunikasi secara langsung maupun tidak langsung dengan para fans internasional
Avrill		ya, kpopers jadi ingin belajar b.ing agar bisa berinteraksi dengan idol dan bisa di notice oleh idolnya

Pertanyaan 7

Nama	Pertanyaan	Jawaban
Vina	Apakah konsumsi konten K-pop membantu meningkatkan kemampuan bahasa Inggris penggemar secara keseluruhan?	iya secara tidak langsung, krn balik lg kebanyakan konten menggunakan eng sub, jd yg kita cerna sehari" ya eng sub wkwkwk
Jila		Untuk keseluruhannya sangat benar. Karena hal tersebut membuat termotivasi kepada sang penggemar.
Chalimah		yes, ketika kita menonton konten kita pasti ingin tau apa yg idol kita bicarakan, jdi ketika ada kata atau kalimat yg penggemar tidak mengerti, otomatis penggemar akan lebih giat untuk mempelajari bahasa inggris tsb
Aliya		Ya, salah satu alasannya yaitu ketika Banyak penggemar Kpop yang tertarik untuk memahami lirik lagu-lagu mereka favorit. Membaca lirik lagu Kpop dalam bahasa Inggris bisa menjadi cara yang menyenangkan untuk memperdalam pemahaman tentang bahasa Inggris.
Anggi		iya, konten para idol k-pop kebanyakan berbahasa Korea dan ada juga dalam konten tersebut agensi tidak menyediakan terjemahan bahasa Indonesia tetapi terjemahan bahasa Inggris dengan itu kita bisa belajar lewat subtitle itu.
Dapaa		Tidak, walaupun ada keinginan untuk memahami arti seluruh konten tersebut, konteks yang akan dipelajari hanya kontks dasar saja
Avrill		ya karna kita ga ngerasa happy pas nonton mereka jadi tanpa kita sadari kita bisa belajar

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan dapat ditemukan beberapa persamaan dan perbedaan pendapat terkait motivasi generasi Z dalam mempelajari bahasa Inggris melalui tren K-pop. Dalam pertanyaan pertama, semua narasumber setuju bahwa budaya K-pop memiliki pengaruh besar dalam membuat generasi Z tertarik untuk belajar bahasa Inggris. Mereka mengungkapkan bahwa melalui tren K-pop, generasi Z dapat memahami dan berinteraksi dengan idola mereka yang menggunakan bahasa Inggris dalam konten YouTube atau acara fansign. Narasumber Anggi menyatakan bahwa salah satu hal yang membuat generasi Z tertarik untuk belajar bahasa Inggris melalui tren K-pop adalah karena mereka terinspirasi dan termotivasi oleh idola mereka, seperti Mark Lee yang berasal dari Canada. Terlebih lagi,

narasumber Jila menambahkan bahwa budaya populer global secara umum juga mempengaruhi kemampuan bahasa Inggris generasi Z, karena film Hollywood, musik pop barat, dan serial televisi Amerika Serikat sering menjadi topik percakapan sehari-hari.

Berdasarkan informasi yang diberikan, dapat dilihat bahwa penelitian ini menganalisis dampak tren K-pop terhadap motivasi belajar bahasa Inggris di kalangan generasi Z (Gen-Z). Berikut adalah hubungan antara jawaban pertanyaan 1 hingga 7:

- a. Pentingnya bahasa Inggris untuk tujuan pendidikan dan karier (Q1) mendorong Gen-Z untuk mempelajari bahasa Inggris. Hal ini sejalan dengan teori motivasi instrumental, di mana seseorang belajar bahasa untuk mencapai tujuan praktis seperti mendapatkan pekerjaan atau melanjutkan studi (Gardner & Lambert, 1972).
- b. Namun, terdapat faktor-faktor yang berkontribusi terhadap penurunan motivasi belajar bahasa Inggris, seperti materi pembelajaran yang tidak menarik, stigma sosial, kurangnya kepercayaan diri, dan keterbatasan waktu (Q2). Teori atribusi (Weiner, 1986) menjelaskan bahwa faktor-faktor ini dapat memengaruhi motivasi belajar seseorang.
- c. Dalam beberapa tahun terakhir, fenomena K-pop telah memberikan pendekatan belajar bahasa Inggris yang menarik dan tidak monoton bagi Gen-Z (Q3). Hal ini sesuai dengan teori motivasi intrinsik, di mana seseorang termotivasi untuk belajar karena ketertarikan dan kesenangan pada aktivitas itu sendiri (Ryan & Deci, 2000).
- d. Gen-Z terinspirasi untuk belajar bahasa Inggris melalui konten K-pop di platform digital (Q4) dan interaksi fandom di media sosial yang membutuhkan bahasa Inggris (Q5). Teori pembelajaran sosial (Bandura, 1977) menjelaskan bahwa individu dapat belajar melalui observasi dan interaksi dengan lingkungan sekitarnya.
- e. Idola K-pop yang aktif berinteraksi dengan penggemar dalam bahasa Inggris (Q6) serta penggunaan bahasa Inggris dalam lirik lagu, subtitle, dan platform oleh agensi (Q7) semakin meningkatkan motivasi belajar bahasa Inggris di kalangan Gen-Z. Hal ini sesuai dengan teori pembelajaran bahasa melalui input yang bermakna (Krashen, 1982).

Namun, terdapat perbedaan pendapat dalam faktor-faktor yang paling memotivasi penggemar K-pop untuk mempelajari bahasa Inggris. Narasumber Vina dan Chalimah menyatakan bahwa motivasi utama adalah untuk memahami apa yang dibicarakan idola mereka dalam konteks fansign atau konten YouTube. Sementara itu, narasumber Aliya, Anggi, dan Jila mengungkapkan bahwa faktor yang paling memotivasi adalah keinginan untuk berkomunikasi dengan idola atau bertemu dengan mereka. Dalam konteks terjemahan lagu-lagu K-pop ke dalam bahasa Inggris, narasumber Vina dan Jila menyoroti bahwa terjemahan tersebut mempengaruhi pengalaman mendengarkan lagu bagi penggemar. Mereka berpendapat bahwa terjemahan memungkinkan penggemar untuk lebih memahami makna lagu dan merasa lebih terhubung dengan liriknya.

Terkait penggunaan bahasa Inggris oleh idola K-pop dalam konten YouTube, narasumber Vina dan Chalimah setuju bahwa hal tersebut meningkatkan koneksi dengan penggemar. Mereka berpendapat bahwa penggunaan bahasa Inggris memungkinkan penggemar untuk merasakan interaksi yang lebih dekat dengan idola mereka. Narasumber Aliya juga setuju dan mengungkapkan bahwa penggunaan bahasa Inggris dalam konten YouTube K-pop membuatnya lebih mudah diakses oleh penggemar di luar Korea. Dalam hal interaksi antara idola K-pop dan penggemar menggunakan bahasa Inggris di media sosial, narasumber Chalimah mengungkapkan bahwa hal ini mempengaruhi keinginan penggemar untuk belajar bahasa Inggris. Mereka berpendapat bahwa penggemar merasa lebih mudah untuk belajar bahasa Inggris daripada bahasa Korea atau bahasa lainnya demi berinteraksi dengan idolanya. Namun, narasumber Vina dan Aliya tidak secara khusus membahas hal ini. Dari segi konsumsi konten K-pop secara keseluruhan, terdapat perbedaan pendapat. Anggi berpendapat bahwa konsumsi konten K-pop membantu meningkatkan kemampuan bahasa Inggris penggemar secara keseluruhan, terutama melalui terjemahan dalam bahasa Inggris yang disediakan dalam subtitle. Namun, Dapaa dan Avrill berpendapat bahwa konsumsi konten K-pop hanya membantu penggemar memahami konteks dasar dalam bahasa Inggris, sementara pemahaman yang lebih mendalam masih terbatas.

Secara keseluruhan, dari data yang diberikan oleh narasumber Vina, Jila, Chalimah, Aliya, Anggi, Dapaa, dan Avrill, dapat disimpulkan bahwa tren K-pop memiliki dampak yang signifikan terhadap minat dan motivasi generasi Z dalam mempelajari bahasa Inggris. Meskipun penggunaan bahasa Inggris oleh idola K-pop dalam konten YouTube dapat memperkuat koneksi dengan penggemar internasional, tetapi terdapat tantangan dalam pemahaman dan komunikasi karena perbedaan bahasa. Terjemahan lagu-lagu K-pop ke dalam bahasa Inggris memengaruhi pengalaman mendengarkan lagu, meskipun adanya kesulitan dalam

memahami makna sebenarnya. Sementara itu, konsumsi konten K-pop juga memberikan kontribusi dalam meningkatkan kemampuan bahasa Inggris penggemar, namun pemahaman yang lebih dalam mungkin terbatas pada konteks dasar. Meskipun terdapat perbedaan pendapat di antara narasumber mengenai faktor-faktor yang paling memotivasi penggemar K-pop dan dampak terjemahan lagu-lagu K-pop ke dalam bahasa Inggris, namun secara umum mereka sepakat bahwa tren K-pop memainkan peran penting dalam mendorong minat belajar bahasa Inggris di kalangan generasi Z. Hasil penelitian menunjukkan bahwa menggunakan video K-pop dengan teks terjemahan bahasa Inggris dapat menjadi cara yang efektif untuk membentuk kelompok belajar yang fokus pada meningkatkan pemahaman kosakata bahasa Inggris. Ini membuat gen-Z senang dan menikmati proses pembelajaran, terutama dalam hal Bahasa Inggris[5]. K-pop mendorong generasi Z untuk belajar Bahasa Inggris. Ini karena K-pop menawarkan konten menarik dalam Bahasa Inggris, seperti lirik lagu dan wawancara dengan artis, yang mendorong mereka untuk belajar lebih banyak tentang bahasa tersebut agar mereka dapat memahami dan menikmati konten tersebut secara lebih baik. Selain itu, aktifnya komunitas penggemar K-pop secara online juga mendorong generasi Z untuk belajar lebih banyak tentang bahasa tersebut.

Idol grup K-Pop sering kali memiliki lirik yang memberikan motivasi dalam musik mereka. Lirik-lirik ini dapat menginspirasi dan menguatkan siswa, baik dalam kelas maupun dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, ritme khas dari lagu-lagu idol grup K-Pop juga memiliki kemampuan untuk membangkitkan semangat siswa saat mereka melakukan aktivitas sehari-hari[6]. Generasi Z menikmati K-pop karena membantu mereka memahami kosa kata dan budaya yang diwakili. Idola yang disukai oleh Gen Z juga memberikan banyak motivasi dalam kehidupan sehari-hari dan belajar. Musik K-pop juga berfungsi sebagai alat self-healing bagi Gen Z, membantu mereka mengatasi kesedihan dan memulihkan mood mereka sehingga mereka dapat kembali fokus pada pembelajaran. Selain itu, belajar materi yang melibatkan angka dan waktu akan menjadi lebih menyenangkan dan berlangsung lebih cepat, sehingga membuat mereka lebih bahagia[7]. Budaya K-Pop membantu gen-z Indonesia yang ingin belajar. Selain hiburan, mereka terinspirasi oleh idola mereka yang menyukai K-Pop dan memberikan dorongan kepada penggemarnya. Karena itu, gen-z yang mengapresiasi K-Pop cenderung lebih bersemangat untuk mencapai kesuksesan di masa depan. Cara para selebriti K-Pop sukses juga mendorong generasi muda atau penggemar di Indonesia untuk mencapai prestasi yang lebih baik, menunjukkan bagaimana budaya K-Pop dapat meningkatkan motivasi seseorang untuk belajar[8].

Hasil eksperimen yang dilakukan pada tahun 1941 oleh dua psikolog Neil Miller dan John Dollard menunjukkan bahwa peniruan (imitation) adalah hasil dari proses pembelajaran yang mengikuti contoh orang lain. Pembelajaran ini disebut sebagai "pembelajaran sosial". Perilaku peniruan disebabkan oleh keyakinan bahwa seseorang mendapatkan keuntungan tambahan dengan meniru orang lain dan merasa kekurangan saat tidak melakukannya. Albert Bandura menyatakan bahwa pemodelan atau peniruan adalah metode yang digunakan untuk mempelajari sebagian besar perilaku manusia. Sebagai contoh, penelitian telah dilakukan untuk mempelajari bagaimana tren K-pop berdampak pada motivasi belajar seseorang. Ini didasarkan pada konteks budaya dan bahasa Korea seperti yang ditemukan dalam K-pop, di mana penggemar cenderung meniru gaya berpakaian artis, kata-kata populer yang sering digunakan oleh artis, dan bahkan bahasa yang mereka gunakan[9].

Perkembangan yang pesat dalam popularitas band dan musik Korea telah berdampak besar pada industri hiburan dan pertumbuhan ekonomi Korea Selatan. Musik Korea, yang biasanya populer dan mudah diingat, terutama diminati oleh remaja, telah mempercepat perkembangan industri musik negara tersebut, bahkan mengangkat namanya ke panggung internasional. Musik Korea Selatan menjadi sangat populer dan didengarkan oleh masyarakat di seluruh dunia sebagai akibat dari fenomena ini. Dengan populasi penggemar K-pop terbesar di dunia, Indonesia secara alami mengintegrasikan budaya Korea Selatan ke dalam budayanya sendiri. Ini merupakan bukti besar dari popularitas musik Korea Selatan di seluruh dunia[10].

4. KESIMPULAN.

Berdasarkan penelitian ini, dapat ditarik beberapa kesimpulan yang relevan terkait tren K-pop dan motivasi belajar bahasa Inggris generasi Z. Tren K-pop memiliki dampak signifikan terhadap minat dan motivasi generasi Z dalam mempelajari bahasa Inggris, dengan budaya K-pop menjadi faktor penting yang membuat mereka tertarik untuk belajar. Melalui tren K-pop, generasi Z dapat memahami dan berinteraksi dengan idola mereka yang menggunakan bahasa Inggris dalam konten YouTube atau acara fansign. Selain itu, terjemahan lagu-lagu K-pop ke dalam bahasa Inggris memengaruhi pengalaman mendengarkan lagu bagi penggemar, memungkinkan mereka untuk lebih memahami makna lagu dan merasa lebih terhubung dengan liriknya. Namun, terdapat tantangan dalam pemahaman yang mendalam karena perbedaan bahasa dan

terjemahan yang mungkin tidak selalu akurat. Konsumsi konten K-pop juga memberikan kontribusi dalam meningkatkan kemampuan bahasa Inggris penggemar secara keseluruhan, terutama melalui adanya terjemahan dalam bahasa Inggris dalam subtitle, yang membantu meningkatkan pemahaman dasar. Meskipun demikian, pemahaman yang lebih mendalam mungkin terbatas pada konteks dasar.

Implikasi dari penelitian ini menjelaskan bahwa tren K-pop dapat digunakan sebagai alat motivasi yang efektif dalam pembelajaran bahasa Inggris bagi generasi Z. Aplikasi praktis dari penelitian ini adalah pengembangan strategi pembelajaran yang mengintegrasikan konten K-pop dalam pengajaran bahasa Inggris di sekolah. Hal ini dapat meningkatkan minat dan motivasi belajar bahasa Inggris di kalangan generasi Z. Beberapa saran untuk penelitian selanjutnya yaitu melibatkan sampel yang lebih luas dan variasi usia yang lebih besar dalam kalangan generasi Z untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif tentang dampak tren K-pop terhadap motivasi belajar bahasa Inggris. Selain itu, penelitian lebih lanjut dapat memperdalam pemahaman mengenai peran penggunaan bahasa Inggris oleh idola K-pop dalam interaksi dengan penggemar internasional dan bagaimana hal tersebut mempengaruhi motivasi belajar bahasa Inggris.

UCAPAN TERIMAKASIH

Dalam perjalanan menggapai ilmu pengetahuan, tak bisa dipungkiri bahwa kita membutuhkan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Dalam artikel ini, kami ingin mengungkapkan rasa terima kasih kami yang tulus kepada tiga kelompok yang telah memberikan kontribusi berharga dalam penelitian kami, yaitu dosen pembimbing, teman sekelompok, dan responden. Tanpa kehadiran mereka, perjalanan kami dalam menjalankan penelitian ini tidak akan semudah dan seberhasil yang kami alami saat ini. Dosen pembimbing merupakan sosok yang sangat penting dalam perjalanan akademik kami. Terimakasih kami yang sebesar-besarnya kami sampaikan kepada mereka yang telah meluangkan waktu, energi, dan pengetahuan untuk membimbing kami dalam penelitian ini. Dosen pembimbing telah memberikan arahan, saran, dan kritik konstruktif yang tak ternilai harganya. Dengan penuh kesabaran, mereka telah membantu kami melihat sudut pandang baru, memperbaiki metodologi penelitian, dan mengasah kemampuan analisis kami. Tanpa bimbingan mereka, kami tidak akan berhasil mencapai hasil yang kami peroleh saat ini. Terimakasih telah menjadi mentor dan pilar keberhasilan kami. Selain itu, terimakasih yang mendalam kami sampaikan kepada teman sekelompok kami yang telah saling mendukung, berbagi pengetahuan, dan bekerja sama dengan penuh semangat. Kolaborasi kami dengan mereka telah membawa kami melampaui batas-batas kemampuan individu kami. Dalam setiap diskusi dan pemecahan masalah, kami telah belajar banyak dari sudut pandang yang berbeda dan pengalaman yang beragam. Kebersamaan kami membantu kami mengatasi rintangan dan mencapai potensi terbaik kami. Terimakasih telah menjadi rekan setim yang luar biasa. Selanjutnya, penelitian kami tidak akan lengkap tanpa kontribusi berharga dari responden. Terimakasih yang tulus kami sampaikan kepada mereka yang telah meluangkan waktu dan usaha untuk berpartisipasi dalam penelitian kami. Dengan memberikan tanggapan dan informasi yang jujur, mereka telah membantu kami dalam memperoleh data yang akurat dan relevan. Kami sangat menghargai kerjasamanya mereka yang telah memungkinkan kami untuk menggali lebih dalam dalam topik penelitian kami. Tanpa partisipasi mereka, penelitian kami tidak akan memiliki daya ungkit yang sama dalam memberikan kontribusi pengetahuan baru. Terimakasih telah menjadi bagian penting dari penelitian kami.

REFERENCES

- [1] Y. Rosmanah, "PENINGKATAN MOTIVASI BELAJAR BAHASA INGGRIS MATERI CAPTION MENGGUNAKAN MEDIA INSTAGRAM SISWA KELAS XII IPA 4 SMA NEGERI 1 DAWARBLANDONG MOJOKERTO," *Jurnal Inovasi Pendidikan Bahasa dan Sastra*, vol. 1, Aug. 2021.
- [2] Sarita Kusumawardhani, "Studi Lagu Bahasa Inggris k-Pop boy band BTS," 2022.
- [3] Galuh Kinnanthi Herhayyu, "Korean Wave (Studi Pengaruh Budaya Korea pada Penggemar k-Pop di Semarang)," *E-journal undip*, 2020.
- [4] M. Waruwu, "Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method)," *Jurnal Pendidikan Tambusai*, vol. 7, no. 1, Apr. 2023.
- [5] M. I. Nawawi, N. Anisa, N. M. Syah, M. Risqul, A. Azisah, and T. Hidayat, "Pengaruh Tayangan K-Drama (Korean Drama) terhadap Motivasi Belajar," *EDUKATIF : JURNAL ILMU PENDIDIKAN*, vol. 3, no. 6, pp. 4439–4447, Sep. 2021, doi: 10.31004/edukatif.v3i6.1201.

- [6] S. Rohaliya and S. Kuntari, "PENGARUH IDOL K-POP DALAM MENINGKATKAN MOTIVASI BELAJAR SISWA KELAS XI DI SMA NEGERI 1 ANYER," *Jurnal Neo Societal*, vol. 8, no. 2, Jun. 2023.
- [7] T. Supriyatin, S. Syafa'atun, D. A. S. Asih, and A. N. Arfa, "DAMPAK BUDAYA K-POP TERHADAP TINGKAT MOTIVASI BELAJAR MAHASISWA," *Research and Development Journal of Education*, vol. 9, no. 2, p. 658, Oct. 2023, doi: 10.30998/rdje.v9i2.17145.
- [8] R. N. Sakinah, S. Hasna, and Y. Wahyuningsih, "Pengaruh Positif Fenomena K-Pop Terhadap Karakter Generasi Muda di Indonesia," *Journal on Education*, vol. 5, no. 1, pp. 735–745, Dec. 2022, doi: 10.31004/joe.v5i1.653.
- [9] D. Martalia, G. L. RO, and S. E. Maharani, "Menjamurnya Pengaruh K-Pop di Kancan International dan Merk Global," *Jurnal Sosial-Politika*, vol. 2, no. 2, pp. 85–98, Dec. 2021, doi: 10.54144/jsp.v2i2.36.
- [10] W. Kustiawan, E. Efendi, W. Candra, and P. R. Zein, "Dampak Korean Wave (Hallyu) Bagi Budaya Indonesia Sebagai Dampak Dari Globalisasi Media ,," *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, vol. 9, no. 4, Feb. 2023.