

# **FAN ACTIVISM: MANIFESTASI AKTIVISME FANDOM DALAM GERAKAN KEADILAN IKLIM**

Ida Ayu Gede Udyana Sari<sup>1)</sup>, Kadek Dwita Apriani<sup>2)</sup>, I Ketut Putra Erawan<sup>3)</sup>

<sup>1,2,3)</sup>Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana

Email : [dayuana2@gmail.com](mailto:dayuana2@gmail.com)<sup>1)</sup>, [kadek.dwita88@unud.ac.id](mailto:kadek.dwita88@unud.ac.id)<sup>2)</sup>, [ketut.erawan@ipd.or.id](mailto:ketut.erawan@ipd.or.id)<sup>3)</sup>

## **ABSTRACT**

*The research entitled "Fan Activism: Manifestations of Fandom Activism in the Climate Justice Movement" seeks to examine the understanding and strategies of the Kpop4planet movement from 2021 to 2022 in a qualitative descriptive way. Based on research with Henry Jenkins' perspective on fan activism, it seeks to analyze how fan activism is built within this movement. Fandoms offer a space to network, gather knowledge, and practice skills that can later be used for political change. This study reveals that the Kpop4planet movement is a global climate justice movement that calls on the K-pop industry in South Korea to take climate action. The movement is an embodiment of how fan activism is turned on and K-pop music fans as a force for climate justice change, and in general exemplifies what alternative political culture can be. Mobilization around the fandom occurs, fandom develops a grassroots communication system so as to create a communication network that expands the scale and speed of fan interaction, enabling a rapid and global response to evolving conditions.*

**Keywords: Climate Justice Movement, Fan Activism, Kpop4planet, Digital Campaigns and Climate Action**

## **1. PENDAHULUAN**

Saat ini keadilan iklim menjadi sebuah isu global yang awalnya bersifat *low politics* kini menjadi *high politics*. Tanggapan internasional atas perubahan iklim diawali sejak tahun 1979, dimana sejumlah negara berkumpul di Konferensi Iklim di Jenewa guna mendiskusikan usaha menanggulangi pemanasan global. Kerangka Konvensi UNFCCC (*United Nations Framework Convention on Climate Change*) mendirikan lembaga pengambilan keputusan tertinggi yakni COP (*Conference of the Parties*) dan COP26 yang dilaksanakan pada 31 Oktober hingga 12 November 2021 mengangkat tema *Leading Action Together Climate* sukses menyepakati *Glasgow Climate Pact* serta menyelesaikan *Paris Rule Book* yang

merupakan acuan penerapan *Paris Agreement*. Yang mana melalui kesepakatan *Glasgow Climate Pact* ditekankan pentingnya usaha bersama guna mencegah peningkatan suhu global 1,5 derajat Celcius (Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia, 2023).

Telah menjadi isu global dan beiringan dengan kesepakatan tersebut, dan sesuai dengan ragam masalah perubahan iklim yang kompleks, berbagai komunitas maupun gerakan hadir dan mengambil peran dalam rentang ragam cara yang berbeda-beda. Kebangkitan gerakan iklim ditandai dengan didirikannya *Climate Action Network* pada tahun 1992, dengan anggota utamanya termasuk *Greenpeace*, *WWF*, *Oxfam* dan *Friends of*

*the Earth* (Hadden, 2015). Dewasa ini, dengan adanya pergeseran di masyarakat dari modern menuju postmodern menjadi cerminan perubahan gerakan sosial lama menjadi gerakan sosial baru (Singh, 2010).

Perkembangan masyarakat kontemporer yang selaras dengan kemajuan teknologi global sejatinya turut memberi dampak pada bentuk dan format gerakan saat ini. Melalui apa yang disebut Fay Milton bahwa musik dan budaya memiliki kekuatan mengubah politik dan penggemar musik Kpop adalah komunitas musik terluas dan terkuat (ForestDigest, 2021). Penelitian ini menyoroti gerakan keadilan iklim kpop4planet yang dimotori oleh aktivis iklim yang juga *k-pop enthusiast* yang merepresentasikan aktivisme penggemar sebagaimana Henry Jenkins dalam bukunya *Up, Up and Away!: The Power and Potential of Fan Activism* menyebutkan aktivisme penggemar sebagai wujud keikutsertaan sipil serta politik yang timbul dari budaya penggemar.

Lebih jauh lagi kemudian budaya partisipatif dalam ruang media baru dan sejarah partisipasi penggemar dengan budaya pop menunjukkan kontradiksi dalam istilah “aktivisme penggemar” itu tersendiri. Mendefinisikan “*fan*” dan “*activist*” secara sederhana nampaknya belum mampu memberikan pemahaman dan gambaran jelas bentuk aktivisme penggemar secara riil di lapangan. Meminjam pemikiran Steven Duncombe, aktivisme penggemar dapat dibedah dengan meninjau jaringan dan norma yang berlaku dalam kelompok penggemar, biasa disebut fanbase atau fandom. Fandom

menyediakan ruang untuk menjelajahi dunia buatan yang beroperasi menurut norma, hukum, dan struktur yang berbeda dari yang kita alami dalam kehidupan “nyata” (Duncombe, 2012). Fandom juga membutuhkan hubungan dengan orang lain sesama penggemar untuk berbagi minat, mengembangkan jaringan dan institusi, dan menciptakan budaya bersama. Yang mana dengan membayangkan alternatif dan membangun komunitas tersebut pula merupakan prasyarat dasar bagi aktivisme politik (Jenkins, *Pop Junctions. Reflections on Entertainment, Pop Culture, Activism, Media Literacy, Fandom and More*, 2012). Maka, penelitian ini menelusuri bagaimana inisiator gerakan Kpop4planet membangun aktivisme penggemar dan bagaimana kemudian “*fan*” menjadi “*fan activist*”.

## 2. KAJIAN PUSTAKA

### 2.1 Penelitian Terdahulu

**Pertama, Jurnal dengan judul “*Fan Activists and The Politics of Race in The Last Airbender*” karya tulis Lori Kido Lopez di tahun 2012.** Tulisan yang dimuat dalam *International Journal of Cultural Studies* ini mengkaji aktivisme penggemar yang mengorganisir untuk memprotes *casting* dan memanfaatkan keterampilan yang mereka kembangkan sebagai penggemar untuk berpartisipasi dalam isu politik dan ras. Dalam jurnal ini dijelaskan strategi yang digunakan oleh penggemar *Avatar The Last Airbender* dalam memprotes

keputusan *casting* Paramount dan konsekuensi politik dari tindakan tersebut yang mana keterlibatan penggemar dengan teks fiksi diterjemahkan ke dalam serangkaian tindakan politis yang terorganisir.

**Kedua, Jurnal dari hasil penelitian tahun 2017 dengan judul “*Social Movements and Media Turning Fans Into Heroes: How the Harry Potter Alliance Uses the Power of Story to Facilitate Fan Activism and Bloc Recruitment*”.** Penelitian yang dilakukan oleh Jackson Bird dan Thomas V. Maher mengkaji bagaimana Harry Potter Alliance atau HPA beroperasi dan bagaimana HPA bisa membuat kelompok pemuda yang tidak tertarik dengan isu sosial politik menjadi aktivis. Penelitian ini menunjukkan bagaimana cerita, keterampilan, dan nilai komunitas penggemar (budaya, identitas kolektif, dan sumber daya) membuat mereka dapat dimobilisasi untuk masalah keadilan sosial.

**Ketiga, Jurnal terbitan tahun 2020 yang berjudul “*Always already Nerdfighters: Constitution of an activist fan community through interpellation*”** karya Ella Lillqvist. Penelitian ini menggunakan pendekatan teoritis wacana dari konsep interpelasi *Althusser* untuk membantu memahami konstitusi komunitas penggemar aktivis dengan studi kasus komunitas

*Nerdfighter*. Melalui jurnal ini peneliti dapat memahami bagaimana komunitas penggemar aktivis dapat dibentuk melalui interpelasi wacana ideologis.

## 2.2 Fan Activism

Selama tiga dekade terakhir, fandom telah berubah dari fenomena marginal menjadi gerakan besar yang mempengaruhi masyarakat secara keseluruhan (Fuschillo, 2020). Tahun 1990-an adalah titik balik dalam studi fandom karena penelitian mengungkap bagaimana fandom bekerja sebagai budaya partisipatif komunal di mana penggemar adalah peserta aktif yang membentuk budaya mereka sendiri dengan menafsirkan teks dengan cara yang tidak konvensional, mengambil apa yang menarik minat mereka dan apa yang mereka butuhkan (Jenkins, *Cultural Acupuncture: Fan Activism and the Harry Potter Alliance In Transformative Works and Fan Activism*, 2012). Pada akhirnya, dukungan internet membuat penggemar menjadi aktivis, menggunakan komunikasi jaringan untuk menghubungkan audiens yang terdistribusi dan memobilisasi untuk tujuan yang membuat perbedaan dan memiliki pengaruh politik (Henry Jenkins, 2012).

Jenkins mendefinisikan aktivisme penggemar sebagai bentuk keterlibatan sipil dan

partisipasi politik yang muncul dari dalam budaya penggemar itu sendiri, seringkali sebagai tanggapan atas minat bersama para penggemar, seringkali dilakukan melalui infrastruktur praktik dan hubungan penggemar yang ada, dan sering kali dibingkai melalui metafora yang diambil dari budaya populer dan partisipatif (Jenkins, *Cultural Acupuncture: Fan Activism and the Harry Potter Alliance In Transformative Works and Fan Activism*, 2012). Dalam *Cultural Convergence*, Jenkins menuangkan pandangan bahwa ketika hambatan untuk masuk rendah, budaya populer dan partisipatif di sekitarnya (termasuk fandom) dapat bertindak sebagai ruang di mana keterampilan sipil dapat dikembangkan (Jenkins, *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, 2008). Artinya, mereka mempertimbangkan bagaimana teks media memberi penggemar arena yang dapat dikelola untuk berpikir tentang isu-isu sosial dan politik dalam konteks pribadi mereka.

Kelompok penggemar mengidentifikasi penyebab bersama, menyusun strategi mobilisasi, mendidik dan memotivasi pendukungnya untuk memiliki dampak politik yang berkisar dari hak asasi manusia hingga hak buruh, hak gender, dan

sebagainya (Fuschillo, 2020). Ketika penggemar memiliki sifat terpolitisasi, mereka memimpin fandom untuk terlibat dalam gerakan sosial dan/atau politik yang bekerja sebagai kolektif sosial yang terorganisir, terpolitisasi, dan kuat. Tentu saja, seperti basis penggemar lainnya, mereka juga rentan terhadap homogenisasi pandangan yang mungkin menghalangi, atau bahkan terkadang membungkam orang lain. Bagaimanapun, bahwa komunitas penggemar sering terbentuk di sekitar dunia konten yang mungkin tidak secara eksplisit bersifat politis, tetapi dapat menawarkan sumber daya atau ruang untuk keterlibatan politik.

### 3. METODELOGI PENELITIAN

Mendasarkan kajian dengan mempertanyakan bagaimana "*fan activism*" dibangun dalam gerakan keadilan iklim oleh inisiator Kpop4planet, maka penggunaan metode kualitatif-deskriptif relevan digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian. Sebagaimana disebutkan bahwa metode kualitatif-deskriptif memberikan ruang untuk menjawab tentang apa (*what*), bagaimana (*how*), atau mengapa (*why*) atas suatu fenomena. Lebih lanjut lagi analisa didasarkan pada data hasil studi pustaka dan wawancara bersama inisiator gerakan Dayeon Lee, Nurul Sarifah, dan aktivis iklim yang juga

seorang *kpop enthusiast* Farzana Faruk Jhumu. Dengan demikian penggunaan metode kualitatif-deskriptif tidak hanya untuk memenuhi keinginan peneliti untuk mendapatkan gambaran, tetapi juga membantu untuk mendapatkan penjelasan yang lebih dalam mengenai bagaimana infrastruktur dari budaya K-pop dimanfaatkan untuk membangun gerakan keadilan iklim.

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### Gerakan Kpop4planet

Kpop4planet (dibaca Kpop for Planet) adalah gerakan keadilan iklim tingkat global yang dimulai pada 3 Maret 2021, sebagai bentuk aksi mendesak industri untuk mengambil tanggung jawab terutama permasalahan yang muncul akibat kurangnya perhatian yang lebih besar terhadap dampak perubahan iklim, lingkungan, sosial, dan tata kelola dari kegiatan industri hiburan K-pop di Korea Selatan. Untuk kasus di Korea Selatan, hal ini mendapatkan perhatian khusus terlebih lagi audit oleh *Shinhan Financial Group* menunjukkan bahwa industri hiburan Korea Selatan lambat untuk bergabung dalam upaya tersebut (M.A.Pressley, 2021).

Berfokus pada advokasi dan kampanye mitigasi iklim, dibawah kampanye payung No K-pop on A Dead Planet, inisiator gerakan, Dayeon Lee dan Nurul Sarifah bersama suara penggemar sepanjang tahun 2021-2022 secara kontinuitas mendesak perusahaan K-pop di Korea Selatan

untuk : 1) *change to biodegradable and and recyclable materials*, 2) *systemic change*, 3) *low-carbon emissions concerts*, dan 4) *companies accountable for their climate change promises*.

Terdapat 3 values atau nilai yang diusung oleh Kpop4planet. **Pertama**, *Be Open (No borders)*, Kpop4Planet terbuka untuk siapapun tanpa adanya batasan terkait idola, ras, kebangsaan, jenis kelamin, identitas seksual, bahasa, maupun usia. **Kedua**, *Be empowered (Empowering marginalized communities)*, yang mana Kpop4planet dalam solidaritas bersama komunitas yang seringkali dikecualikan dalam diskusi iklim, termasuk anak muda, komunitas masyarakat adat, perempuan, negara bagian *Global South*, dan komunitas LGBTQ. Kpop4planet berharap dapat memperkuat pesan mereka dalam memperjuangkan keadilan iklim. **Ketiga**, *Be the Heroes*, yang dimaksudkan adalah bahwa Kpop4planet hadir untuk mendukung penggemar K-pop yang terlibat dalam gerakan iklim, sehingga Kpop4planet dapat menjadi suara yang kuat untuk keadilan iklim.

Lalu, adapun visi dari dibentuknya gerakan Kpop4planet yaitu membuat komunitas baru untuk mengatasi krisis iklim dan merekrut aktivis. Kemudian untuk merealisasikan visi tersebut dituangkan dalam misi yaitu untuk menciptakan dunia yang bebas dari krisis iklim dan penggemar musik K-pop dapat ikut mengambil peran dalam proses tersebut menuntut aksi iklim dari

pemerintah dan industri K-pop di Korea Selatan. Dimana pada akhirnya keberadaan gerakan ini merepresentasikan kritik terhadap bentuk konvensional budaya konsumen serta juga menyediakan “ruang” di mana penggemar dapat mengartikulasikan kekhawatiran khusus mereka tentang isu-isu perubahan iklim.

### **Membangun Fan Activism dalam Gerakan Keadilan Iklim**

Tidak ada garis langsung dari aktivisme ke kekuasaan, karena kekuasaan adalah hubungan yang dinamis antara gerakan dan sasarannya. Faktor penentu dari keberhasilan sebuah gerakan dilihat dari bagaimana organisasi gerakan sosial memanfaatkan keberadaan jaringan (*network*) secara struktural maupun non-formal (Sukmana, 2016). Kemudian bagaimana *modality* dapat membangun aktivisme penggemar, sebagai berikut :

1. *Moral resources*, adanya simpatisan-simpatisan dan dukungan solidaritas yang terlibat dalam pergerakan baik simpatisan yang bersimpati terhadap dampak perubahan iklim maupun simpatisan yang mendukung Kpop4planet sebagai kelompok yang menyuarakan permasalahan keadilan iklim.
2. *Human resources*, inisiator gerakan dan juru kampanye adalah aktivis iklim yang juga tergabung dalam Youth4Climate dan 350 Indonesia yang dapat

dijadikan ranah untuk menyebar luaskan tujuan yang dicita-citakan. Selain itu anggota mereka merupakan aktivis iklim yang berhubungan langsung pula ke 350.org, UNICEF Bangladesh, dan FFF (Fridays For Future).

3. Sedangkan *material resources* didukung oleh Action Speaks Louder, sebuah NGO Australia yang juga mengambil tindakan untuk meminta pertanggungjawaban perusahaan atas janji perubahan iklim.

Sebagai gerakan global yang bertujuan untuk mobilisasi penggemar K-pop global agar turut mengambil bagian dalam aksi iklim, agenda kampanye iklim meliputi Tokopedia4Bumi, No Kpop on A Dead Planet, No Plastic Album Campaign, Save Butter Beach, Earth Day Offline Action dan hadir dalam panel *K-pop The Role and Challenges for Carbon Neutrality* bersama *National Assembly South Korea* di COP27 adalah upaya untuk meningkatkan kesadaran publik tentang perubahan iklim yang dilakukan oleh juru kampanye gerakan keadilan iklim Kpop4planet. Untuk memahami bagaimana penggemar musik K-pop dalam wadah gerakan Kpop4planet menyuarakan isu iklim dan mbingkainya dengan sudut pandang aktivisme penggemar dari Henry

Jenkins, penulis mengidentifikasi dengan memperhatikan hal berikut :

- a. Collectivism - Collective Action  
Ashley Hinck dalam bukunya *Politics for the Love of Fandom: Fan-Based Citizenship in a Digital World* bahwa untuk fandom dapat memengaruhi tindakan sipil diperlukan pemahaman untuk dapat mengerti nilai etik dan modalitas dalam fandom (Hinck, 2019). Temuan penelitian mendapati juru kampanye Kpop4planet memahami hal tersebut diperlukan untuk mampu menjaring massa penggemar dan bahwa penjaringan massa efektif dilakukan secara online. Sehingga untuk berpartisipasi dalam kampanye iklim mereka, dukungan dapat dimobilisasi secara luas dan berjejaring. Namun massa tidak melakukan aksi dengan turun ke jalan untuk bergabung dalam demonstrasi dan protes massa layaknya gerakan iklim lainnya. Juru kampanye Kpop4planet memobilisasi basis penggemar melalui penandatanganan petisi dan pernyataan resmi kepada pemerintah, publik, perusahaan K-pop di Korea Selatan.
- b. Mobilisasi  
Gerakan iklim memiliki sistem globalnya tersendiri dimana pertukaran informasi juga terjadi

antara organisasi yang memiliki fokus pada agenda mitigasi iklim. Bahwa aktivis yang juga merupakan penggemar memiliki potensi untuk memobilisasi penggemar lainnya hingga dilevel menyuarakan suatu kebijakan. Juru kampanye gerakan menyatukan kekuatan fandom untuk menghubungkan, melibatkan, dan memobilisasi anggotanya dan tujuan sipil yang eksplisit di mana energi dan antusiasme ini disalurkan.

- c. Repertoar Kpop4planet dalam membingkai isu perubahan iklim  
Suatu gerakan tidak hanya melibatkan aksi kolektif terhadap suatu masalah bersama namun juga dengan jelas mengidentifikasi target aksi tersebut dan mengartikulasikan dalam konteks sosial maupun politik tertentu. Untuk mampu menjadikan isu iklim sebagai pembicaraan dan wacana publik disekitar penggemar, framing terhadap isu dilakukan untuk mendorong penggemar agar bergerak dan terkonsolidasi untuk aksi. Dalam hal ini, Kpop4planet memperlihatkan masalah bahwa industri K-pop turut berkontribusi pada beban lingkungan. Framing tersebut diciptakan sebagai bagian dari upaya untuk menegosiasikan pandangan dan sikap terhadap suatu persoalan yang menurut

para inisiator gerakan Kpop4planet ini perlu diubah. Sekali lagi, bahwa penggemar Kpop adalah konsumen aktif perusahaan Kpop, maka pembingkai isu perubahan iklim akan mudah dibingkai dengan merujuk pada aktivitas industri tersebut. Sehingga darisana narasi mengenai *climate crisis* terbangun. Hal tersebut sejalan dengan gagasan Snow&Benford (Benford, Snow, & D, 2000) bahwa framing gerakan sosial adalah strategi penyederhanaan persoalan dengan tujuan untuk memobilisasi pengagum dan pengikut, menuai dukungan dari penonton, dan membuyarkan (*demobilized*) penentang.

d. Reaktualisasi budaya populer dalam kampanye iklim

Budaya pop kini telah menjadi dasar untuk pendekatan partisipatif terhadap aktivisme yang lebih *postmodernism*. Juru kampanye Kpop4planet menyadari potensi paralel dari budaya populer penggemar musik K-pop dengan upaya aktivisme iklim yang diinisiasi oleh Kpop4planet.



Gambar 3.1 *Earth Day Offline Action* di depan gedung *K-pop Entertainment, HYBE* di Korea Selatan

(Sumber: Kpop4planet)

Aksi protes dengan orasi membawa pesan “*Art Should Not End Up Here*”, memajang album dan mengembalikan 8000 album ke perusahaan dilakukan di hadapan publik guna membangun kesadaran masyarakat terhadap lingkungan, dan agar masyarakat mengetahui bahwa industri mengabaikan kepentingan lingkungan. Aksi tersebut memberikan gambaran bahwa terdapat gambaran imajinasi politik jenis baru, dimana gambarnya bukan berbentuk retorika politik melainkan dari fantasi populer. Sebagaimana termuat dalam *By any media necessary: the new youth activism*, protes politik saat ini didasarkan pada jenis



bahasa baru yakni bahasa visual dengan referensi budaya populer (Jenkins, Shresthova, Gamber-Thompson, Kligler-Vilenchik, & Zimmerman, 2016)

e. Non resistance/non structural change

Kpop4planet telah menjadi wadah gerakan penggemar musik K-pop mengkritisi struktur budaya pop komersial. Kpop4planet menempatkan penggemar sebagai kelompok yang aktif menyuarakan mitigasi perubahan iklim atas praktik kapitalisme industri hiburan K-pop di Korea Selatan. Maka, tidak selamanya penggemar seperti apa yang diasumsikan Matt Hills (2002) bahwa di dalam proses dan mekanisme budaya konsumerisme, "*fans are always already consumers*". Tapi dari kesempatan tersebut, penulis melihat industri tidak begitu saja mengendalikan seluruh aspek kehidupan penggemar. Penggemar memiliki ruang dan kuasa atas dirinya. Seperti disebutkan di atas, penggemar tidak selalu menerima makna dominan yang ditawarkan kepadanya, tetapi penggemar dapat melakukan negosiasi atasnya atau melakukan penolakan penuh.

### **Activism or Clicktivism?**

Diungkapkan bahwa gerakan mereka dilihat sebagai gerakan global

yang besar dan massif karena tandatangan petisi datang dari berbagai negara, sehingga hal tersebut memberikan gambaran adanya perlawanan yang serius. Realitas tersebut selaras dengan pernyataan Henry Jenkins bahwa era digital telah membuka era baru aktivisme yang menawarkan generasi berikutnya jalan baru menuju partisipasi politik yang lebih luas (Henry Jenkins, 2012). Aktivisme dengan cara seperti apa yang disebut "*clicktivism*" tampak seperti orang-orang yang hanya ikut-ikutan, namun di satu sisi itu menunjukkan solidaritas dan mendorong orang lain untuk terlibat.

Adanya kritik yang menentang aktivisme online hanya menawarkan keterlibatan yang dangkal, dikritisi oleh Jenkins melalui fakta bahwa banyak dari kelompok ini membangun organisasi tingkat dasar dari platform digital mereka (Henry Jenkins, 2012). Temuan pada penelitian ini turut merepresentasikan kritik Jenkins dengan dibentuknya platform (website [www.kpop4planet.com](http://www.kpop4planet.com)) oleh Kpop4planet menjadi media komunikasi untuk terus menyuarakan dan menyebarluaskan permasalahan krisis iklim baik itu diranah industri K-pop maupun secara global.

## **5. KESIMPULAN**

Membangun kemauan publik untuk mengatasi krisis iklim membutuhkan lebih dari sekedar mengubah opini perubahan iklim atau melibatkan lebih banyak orang dalam aktivisme. Terlepas

dari tumbuhnya aktivisme, gerakan iklim masih perlu berbuat lebih banyak untuk menerjemahkan aksi publik menjadi kekuatan yang diperlukan untuk menghasilkan perubahan yang berarti. Aktivisme penggemar yang terbangun dalam gerakan keadilan iklim Kpop4planet menciptakan peluang bagi orang-orang yang secara tradisional tidak dianggap sebagai pemimpin. Penggemar dapat terlibat dan mulai membagikan pemikiran mereka tentang krisis iklim kepada audiens. Tanpa struktur organisasi tradisional yang kaku, internet memungkinkan berkembangnya bentuk aktivisme penggemar, membuka lebih banyak jalan untuk menyuarakan isu krisis iklim.

Peneliti sampai pada kesimpulan bahwa aktivisme online Kpop4planet efektif hanya jika dipasangkan dengan aktivisme offline. Untuk mendobrak struktur yang ingin dilawan, sekiranya penting untuk menerjemahkan energi aktivisme media sosial menjadi aksi di lapangan. Namun, peneliti kembali pada kesimpulan mengutip dari pernyataan Tilly bahwa aktor gerakan memiliki pertimbangan terhadap bentuk repertoar gerakan yang dipilihnya. Terlepas dari apakah demonstrasi, protes, pemogokan, atau aktivisme digital yang dipilih, pada akhirnya penelitian ini menjawab bahwa insentif struktur yang dimiliki Kpop4planet dimobilisasi dengan baik melalui pergerakan massa secara digital. Hal ini sejalan dengan apa yang Henry Jenkins (2008) dalam bukunya *Convergence Culture* sebutkan bahwa

fandom sebagai agen kolektif yang dalam haknya sendiri memiliki autonomi, kreativitas serta kekuatan untuk mencapai suatu target. Meskipun gerakan Kpop4planet tidak terlihat seperti gerakan yang politis, tetapi dengan nilai yang dibawa, Kpop4planet berbicara di media, mendeklarasikan aksi iklim penggemar K-pop dalam forum COP27 dan dihadapan pemerintah serta petinggi industri Korea Selatan, tentu saja gerakan tersebut politis.

## 6. DAFTAR PUSTAKA

- Benford, Snow, D., & D, R. (2000). Framing Processes and Social Movements: An Overview and Assessment. *Annual Review of Sociology*, 26(1):611-639.
- Duncombe, S. (2012). Imagining No-place. In *Transformative Works and Fan Activism. Transformative Works and Cultures*, 10.
- ForestDigest. (2021, July 26). KPop Fans Are Increasingly Incentivized to Stop the Climate Crisis Campaign.
- Fuschillo, G. (2020). Fans, fandoms, or fanaticism? *Journal of Consumer Culture*, 20(3), 347–365.
- Hadden, J. (2015). In *Networks in Contention: The Divisive Politics of Climate Change. Cambridge University Press.*, 93-141.
- Henry Jenkins, S. S. (2012). Up, up, and away! The power and potential of fan activism. *Transformative Works and Cultures*.

- Hills, M. (2002). *Fan cultures*. London: Routledge.
- Hinck, A. (2019). *Politics for the Love of Fandom: Fan-Based Citizenship in a Digital World*. LSU Press.
- Jenkins, H. (2008). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York University Press.
- Jenkins, H. (2012). Cultural Acupuncture: Fan Activism and the Harry Potter Alliance In Transformative Works and Fan Activism. *Transformative Works and Cultures*.
- Jenkins, H. (2012, July 18). *Pop Junctions. Reflections on Entertainment, Pop Culture, Activism, Media Literacy, Fandom and More*. Retrieved from Up, Up and Away!: The Power and Potential of Fan Activism: [http://henryjenkins.org/blog/2012/07/fandom\\_is\\_built\\_on\\_psychologic.html](http://henryjenkins.org/blog/2012/07/fandom_is_built_on_psychologic.html)
- Jenkins, H., Shresthova, S., Gamber-Thompson, L., Kligler-Vilenchik, N., & Zimmerman, A. (2016). *By Any Media Necessary: The New Youth Activism*. NYU Press.
- Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia. (2023, November 23). Glasgow Climate Pact, langkah maju yang perlu dikawal bersama. Indonesia.
- M.A.Pressley. (2021, December 27). *K-pop Fandom's Climate Change Rebellion*. Retrieved from <https://thedi diplomat.com/2021/12/k-pop-fandoms-climate-change-rebellion/>
- Singh, R. (2010). *Gerakan Sosial Baru. Yogyakarta: Resist Book*.
- Sukmana, O. (2016). *Konsep dan Teori Gerakan Sosial*.