

ANALISIS PROSES REKRUTMEN IDOLA KPOP HINGGA MENJADI ARTIS GLOBAL YANG MENDUNIA

Debbi Delviolita (20200080068), Dini Septiani Adjie (20200080063), Sinta Fitriani (20200080038)

Manajemen, Fakultas Bisnis dan Humaniora, Universitas Nusa Putra, Jl. Raya Cibolang No. 21 Cisaat - Sukabumi, 43152, Indonesia.

debbi.delviolita_mn20@nusaputra.ac.id, dini.septiani_mn20@nusaputra.ac.id
Sintafitriani02@gmail.com

Abstract

This study will discuss a line of processes of prospective KPOP Idols recruitment until they become global talented artists all around the world. This study is also related to Human Resource Management Science that author has been learnt in this semester 3 regarding employee recruitment in a company. The purpose of making this journal is to study about effective steps in producing high-performing employees, both for the company and for customers, of which in this study, the case study is KPOP idols. The theory which used in this journal is the Theory of Human Resource Planning, with descriptive qualitative research methods. The data search that the author did was to utilize secondary data that supports this research, such as quotation from cultural books, previous research journals, press conferences, online news, and others. The author concludes that to become a kpop idol, the first thing to do is to pass the audition stage. After the audition is accepted, the trainees must pass the training period for an indefinite period. After qualifying as a newcomer artist, the trainees will hold a 'showcase' stage as the artist's first step in the kpop industry.

Key words : Audition, KPOP, trainee.

Abstrak

Penelitian ini akan membahas serangkaian proses perekrutan calon idola KPOP hingga menjadi artis global yang diakui kehandalan bakatnya di seluruh dunia. Penelitian ini juga berkaitan dengan Ilmu Manajemen Sumber Daya Manusia yang penulis pelajari di semester 3 ini mengenai perekrutan karyawan di suatu perusahaan. Tujuan dari pembuatan artikel ini adalah untuk mempelajari langkah - langkah efektif dalam mencetak karyawan dengan kinerja yang mumpuni, baik bagi perusahaan, maupun bagi pelanggan, yang mana pada penelitian ini, studi kasusnya adalah idola KPOP. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Perencanaan Sumber Daya Manusia, dengan metode penelitian kualitatif deskriptif. Pencarian data yang penulis lakukan adalah dengan memanfaatkan data sekunder yang mendukung penelitian ini, seperti kutipan pada buku budaya, jurnal - jurnal penelitian sebelumnya, konferensi pers dan presentasi, pemberitaan *online*, dan lain - lain. Penulis menyimpulkan bahwa untuk menjadi idola kpop, hal yang pertama kali mesti dilakukan pelamar adalah melewati tahap audisi. Setelah audisi diterima, pelamar harus melewati masa *training* untuk waktu yang tidak bisa ditentukan. Setelah layak debut menjadi artis pendatang baru, para *trainee* akan menggelar panggung 'showcase' sebagai langkah awal menjadi artis di industri kpop.

Kata Kunci : Audisi, KPOP, *trainee*.

I. Pendahuluan

Remaja abad 21, baik di Indonesia, maupun di berbagai belahan dunia lain, sudah tidak asing dengan istilah “KPOP”. Perkenalan singkat mengenai KPOP, istilah ini merujuk pada *Korean Pop*. KPOP adalah sub-genre musik pop yang berasal dari negara Korea Selatan. Sebenarnya, KPOP sudah berdiri sejak tahun 1992 yang diawali dengan penampilan Seo Taiji and Boys yang membawakan musik bergenre pop modern di Korea pertama kali, namun baru merasakan puncak kejayaan di tahun 2000an dan masih terus berinovasi dan bisa terus mengudara hingga sekarang.

Seo Taiji & Boys adalah grup musik yang membawa pengaruh pertama kali pada musik KPOP di tahun 90-an. Mereka adalah grup musik pertama yang berani bereksperimen menyatukan musik pop Korea dengan musik pop Amerika. Tidak hanya itu, mereka juga mengawinkan genre musik baru ini (*pada masa itu*) dengan koreografi hip-hop, lalu terciptalah genre musik KPOP yang kita kenal hingga saat ini.

Setelah formulasi kesuksesan budaya KPOP ditemukan, mulai dari kolaborasi genre musik, penampilan musik yang menarik, penampilan fisik yang nyaris tiada cacat, dan koreografi yang terlihat tidak mudah ditiru, grup kpop selanjutnya yang sudah dirancang sesempurna mungkin oleh perusahaan musik selanjutnya adalah grup idola kpop H.O.T. Grup ini merupakan suatu kelompok musik yang benar - benar sah disebut “*kpop group*” dan disebut sebagai grup idola kpop generasi pertama karena grup ini sudah dikemas sedemikian rupa untuk memenuhi karakteristik dari definisi kpop. Grup ini terdiri dari member - member (*sebutan untuk personil*) yang bertalenta bintang. Mereka merilis lagu berjudul “*Candy*” dan menjadi lagu terpopuler pada saat itu. Grup kpop selanjutnya (*setelah H.O.T.*) yang berkibar pada kpop generasi

pertama adalah Sechs Kies yang debut (*sebutan untuk memulai karier di bidang keartisan*) pada tahun 1997, kemudian diikuti oleh grup idola kpop wanita S.E.S., yang debut pada tahun 1997, dan grup idola kpop wanita Fin K.L., yang debut pada tahun 1998.

Beralih pada kpop generasi kedua. Pada generasi ini, dipunggungi oleh grup kpop G.O.D. yang melambung kariernya pada tahun 1999. Grup ini menyetarakan kesuksesan seniornya yang mendapat gelar sebagai grup kpop terpopuler pada tahun 2000. Kemudian kariernya diikuti oleh juniornya seperti grup duo kpop TVXQ yang debut pada tahun 2003, diikuti grup Super Junior pada tahun 2005, lalu grup Bigbang pada tahun 2006 yang juga diikuti oleh grup band kpop F.T. Island pada tahun 2007. Kpop generasi kedua berlangsung dari tahun 2000 hingga 2010.

Kpop mulai menikmati puncak karier mendunianya di saat menduduki generasi ketiga yang dimulai pada tahun 2010 hingga 2020. Generasi ini ditandai dengan grup idolanya yang berhasil memasuki berbagai tangga lagu. Grup idola yang berhasil merajai puncak tangga lagu diantaranya adalah EXO, BTS, Seventeen, Blackpink, Red Velvet, Twice, dan lain - lain. Kesuksesan kpop di pasar musik Amerika Serikat terdengar lucu karena secara tradisional, Amerika mengekspor budaya musiknya untuk masuk ke negara Korea Selatan, tapi secara terang - terangan Amerika Serikat terlihat menolak impor budaya kpop ini untuk masuk ke kawasannya. Sebenarnya, yang membuat arus Kpop dapat berhasil masuk ke pasar Amerika adalah karena kekuatan media sosial. Media sosial memiliki fitur berbagi tautan yang dapat dikirim secara global dan terdapat budaya niche di mana penikmatnya sudah tersaring secara instan. Tiktok dan Instagram adalah platform media sosial yang lebih dari sekedar fitur untuk berbagi, mereka dapat menjadi ladang penghasilan dengan tindakan yang tepat.

Media sosial dapat menjadi fasilitas pemasaran yang kehebatan fungsinya dapat melebihi TV dan radio.

Saat ini, kpop sudah memasuki generasi ke-empat dimana membernya diisi oleh anak muda dari kalangan gen Z. Kpop berevolusi dengan sukses hingga menembus pasar musik dunia. Kpop begitu dicintai banyak remaja di seluruh dunia. Hal ini tidak serta merta begitu saja dengan mudahnya dapat dicintai dan diterima banyak orang, ada banyak proses *trial and error* dan juga perjuangan yang harus dipelajari dan diikuti semangat visionernya.

Maka dari itu, jurnal ini akan meneliti bagaimana proses perjalanan budaya kpop bisa diterima di hampir seluruh negara hingga dijadikan *role model* bagi para remaja dari mulai proses perekrutan idola kpop, proses *training system*, hingga mereka layak debut menjadi idola kpop yang bisa terkenal hingga mancanegara.

II. Metode Penelitian

Metode penelitian yang penulis gunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Sugiyono (2016:9) menyampaikan bahwa tujuan dari penggunaan metode penelitian ini untuk meneliti kondisi objek alamiah yang mana peneliti adalah sebagai kunci pengumpulan data yang dilakukan secara trigulasi atau penggabungan dari beberapa data, analisis data bersifat kualitatif, dan hasil penelitian lebih menekankan makna. Penelitian kualitatif deskriptif merupakan penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan banyak data kemudian dijelaskan hasilnya sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

Penelitian ini juga menggunakan data sekunder, yaitu data yang tidak diberikan sumber informasi kepada pengumpul data secara langsung, melainkan disampaikan melalui dokumen - dokumen, arsip - arsip, dan lain - lain. Dalam penelitian ini, penulis

mengumpulkan informasi dari jurnal - jurnal yang telah terbit sebelumnya mengenai perekrutan idola kpop, kemudian kutipan orang - orang di belakang hingar - bingar panggung musik kpop melalui berbagai video yang diunggah di platform media sosial bernama *Youtube*, selain itu juga merangkum beberapa informasi mengenai kpop dari berbagai website terpercaya, dan lain - lain.

Teknik perolehan data yang penelitian ini terapkan adalah bersumber dari dokumentasi. Adapun Sugiyono (2013:240) menjelaskan bahwa teknik dokumentasi adalah teknik yang diambil dari catatan penting yang terjadi pada masa lalu. Bentuk dari dokumentasi dapat berupa gambar, tulisan, atau karya - karya monumental seseorang.

Penelitian ini membahas salah satu teori dari ilmu pengetahuan manajemen sumber daya manusia, yaitu teori PSDM atau juga disebut perencanaan sumber daya manusia. Menurut Andrew F. Sikula dalam bukunya yang berjudul "*Personnel Administration and Human Resource Management*" menyampaikan gagasannya bahwa PSDM adalah serangkaian proses untuk menentukan kebutuhan tenaga kerja dan juga menentukan cara yang efektif dalam memenuhi kebutuhan tersebut demi terlaksananya tujuan organisasi.

Tujuan dari PSDM dalam organisasi atau perusahaan terdiri dari beberapa poin yang salah satu di antaranya sesuai dengan tujuan dari dilaksanakannya penelitian jurnal ini, yaitu untuk menentukan kualitas dan kuantitas pekerja yang akan melaksanakan semua tugas dalam perusahaan. Untuk menentukan kualitas dan kuantitas karyawan yang tepat, tentunya dibutuhkan serangkaian persyaratan atau kualifikasi dari karakter yang karyawan miliki untuk mengisi jabatan tersebut.

Maka dari itu, penulis akan membahas serangkaian proses rekrutmen idola kpop untuk layak debut menjadi artis kpop yang dapat bersaing di level A atau di kelas terbaik dari artis papan dunia.

III. Diskusi dan Hasil Pembahasan

A. Sistem Audisi Kpop

➢ Sistem Audisi Private

(i) Memasukkan Berkas Lamaran

Di sistem ini, agensi perusahaan membuka lowongan pekerjaannya melalui website dan pelamar diminta untuk mengisi semua *form* kosong dengan data diri mereka, seperti nama, usia, tinggi badan, berat badan, foto profil wajah dan badan dari *angle* samping kanan ; samping kiri ; menghadap ke belakang ; dan menghadap ke depan (*penting untuk diingat bahwa perusahaan melarang keras aksi editing photo*), kemudian diminta untuk memasukkan video dan audio dari bidang hiburan yang pelamar pilih seperti menyanyi, menari, *modelling, acting, presenter*, dan komedi. Di langkah pertama ini, biasanya perusahaan juga meminta pengalaman dan prestasi yang pernah diraih di bidang yang pelamar pilih, dianjurkan untuk memasukkan banyak dokumentasi ketika memiliki pengalaman perlombaan atau bidang unik lainnya agar perusahaan dapat menentukan si pelamar lebih tepat dilatih di bidang hiburan yang mana.

Biasanya, agensi perusahaan akan menilai dan menimbang keputusan selama kurang lebih dua minggu, kemudian keputusan diterima atau ditolaknya berkas pelamar akan diinformasikan melalui email. Jika berkas diterima, pihak agensi perusahaan akan memberikan email atau menelpon langsung pelamar untuk mengikuti sesi wawancara.

(ii) Audisi Tatap Muka

Di tahap ini, yang pertama kali pihak agensi perusahaan lakukan pada

pelamar adalah memotret profil wajah hadap depan ; samping kanan ; samping kiri, kemudian merekam keseluruhan postur tubuh pelamar secara 360° untuk mengingat profil wajah si pelamar karena seseorang akan terlihat berbeda baik secara nyata ataupun di depan kamera. Hal ini disebut juga “*camera test*”.

Setelah itu, pelamar yang memilih bidang hiburan menyanyi akan diminta menyanyikan dua lagu, yaitu lagu bahasa korea dan juga bahasa inggris, untuk menentukan kemampuan menyanyi si pelamar. Sangat penting bagi pelamar untuk menyanyi lagu berbahasa korea dengan baik karena tujuan mereka melamar adalah menjadi idola kpop.

Untuk pelamar yang memilih bakat menari, mereka akan diminta untuk menarik lagu dengan durasi one verse. Maka dari itu, penting bagi pelamar untuk mengedit sendiri lagu yang mereka pilih, bagaimana pun profesionalisme adalah kunci dari suksesnya karier yang ditempuh. Setelah lagu diedit, pelamar memberikan lagu tersebut kepada pihak agensi untuk dihubungkan pada *audio system* yang agensi gunakan.

Selanjutnya adalah keputusan atas ditolak atau diterimanya pelamar ke babak selanjutnya. Salah satu member idola kpop yang sukses di generasi keempat ini adalah Karina dari grup Aespa. Ia ditemukan oleh pihak agensi perusahaan SM Entertainment untuk diajak melakukan audisi idola kpop. Ini merupakan jalur istimewa karena di beberapa kualifikasi, calon idola yang diajak untuk melakukan audisi privat sudah memenuhi beberapa persyaratan tersebut, utamanya visual atau kecantikan mereka, hanya saja untuk tes kemampuan, mereka perlu menunjukkannya, maka dari itu pihak agensi mendatangi dan menghubunginya untuk melakukan audisi tatap muka. Karina menyampaikan bahwa ia gagal di tahap audisi tatap muka, tetapi ia mencobanya lagi di audisi kesempatan

kedua, dan ia lolos. Untuk pelamar yang mendapatkan audisi privat dan lolos di audisi tatap muka, biasanya perusahaan memiliki dua keputusan. Keputusan pertama, pihak perusahaan akan menyampaikan bahwa pelamar memenuhi karakter untuk debut di grup idola yang akan datang, maka dari itu, pihak perusahaan memberikan informasi berapa lama waktu untuk menuju debut di grup idola baru tersebut. Keputusan kedua adalah, bila pelamar lolos namun belum memenuhi karakter untuk debut di grup idola yang akan datang, ia akan menjadi *trainee* atau murid yang perlu dilatih hingga batas waktu yang tidak bisa ditentukan. Murid pelatihan disebut juga ‘*yeonseub-saeng*’. Mereka akan berlatih dengan peserta pelatihan lainnya. Setelah beberapa waktu, pihak agensi akan mengevaluasi kemampuan pelamar, bila kinerjanya meningkat, ia bisa dijadikan kandidat untuk member grup idola yang akan datang.

(iii) Proses Rekaman Suara

Selanjutnya adalah proses rekaman suara. Pihak agensi ingin mengetahui tipe karakter seperti apa suara si pelamar sehingga pelamar perlu melakukan proses rekaman suara. Setelah proses rekaman suara, pihak agensi akan menilai suara pelamar secara profesional.

➤ Sistem Audisi Publik

Di sistem audisi publik, perusahaan akan mengiklankan lowongan audisi baik di website, billboard, sosial media, dan lain - lain. Jika pelamar harus registrasi terlebih dahulu melalui website di sistem audisi private, berbeda dengan audisi publik, pelamar akan melakukan registrasi diri di tempat audisi. Selain itu, pelamar juga harus menyiapkan pas foto yang telah dicetak dengan ketentuan *angle* seperti pada sistem audisi *private*, kemudian diserahkan kepada pihak agensi

perusahaan yang bertugas sebagai *staff* registrasi.

Setelah tahap registrasi terpenuhi, selanjutnya melakukan tes uji bakat. Di sistem audisi publik, yang paling cepat registrasi akan mendapat giliran uji bakat lebih dahulu. Pelamar dikumpulkan dalam satu grup yang terdiri dari 5 orang, lalu masuk ruang uji bakat. Terdapat dua hingga tiga orang yang akan menjadi penilai. Mereka memperhatikan pelamar dengan seksama. Tidak hanya itu, di ruang uji bakat, terdapat banyak kamera untuk merekam profil pelamar dari berbagai sisi. Setelah itu, pelamar diminta menyanyikan sebuah lagu yang telah dipersiapkan pelamar hanya berdurasi 30 detik. Setelah tes menyanyi, pihak agensi akan memutarkan satu lagu secara *random* dan meminta pelamar menari secara bebas. Hal ini dilakukan untuk melihat apakah pelamar memiliki bakat menari. Selanjutnya adalah penilai memberikan keputusan apakah pelamar ditolak atau diterima. Jika diterima, pelamar akan diminta menunggu beberapa waktu untuk di tes seperti rangkaian pada audisi *private*.

B. Sistem Pelatihan (*Training*) Calon Idola Kpop

Di tahap ini, *trainee* yang benar - benar akan debut hanya memiliki kemungkinan sebanyak 0.1% dari 10% jumlah *trainee* yang dijadikan kandidat akan debut yang berlatih di bawah suatu naungan agensi musik. Kompetisi di antara para *trainee* sangatlah ketat sehingga mereka dapat mewujudkan tujuannya untuk bisa debut sebagai idola kpop. Tidak ada istirahat, tidak ada hari libur.

Semua *trainee* akan masuk beberapa kelas. Ada dua jenis kelas yang mereka jalani, yaitu kelas pencarian bakat dan kelas program pelatihan rutin. Setiap bulannya selalu diadakan evaluasi untuk mengukur sejauh mana *trainee* telah melakukan proses perbaikan. Umumnya, *trainee*

berlatih selama lima hingga tujuh tahun, namun waktu pelatihan tidak bisa ditentukan dengan jelas. Maka dari itu, tidak aneh apabila banyak *trainee* yang memiliki gangguan kesehatan mental seperti *anxiety disorder*, karena mereka panik setiap harinya, memikirkan apakah mereka melakukan keputusan yang tepat untuk menjalani masa *training* bertahun - tahun dibawah kontrak agensi tanpa kejelasan di masa depan.

Salah satu program *idol survival* di suatu stasiun televisi Korea Selatan, “*Produce 48*” menggambarkan bagaimana kehidupan *trainee* pada umumnya. Para *trainee* dibagi ke berbagai kelas yang dilihat dari prestasi dan kemampuan mereka. *Trainee* kelas A merupakan *trainee* dengan kinerja terbaik. Dan semakin jauh kelasnya dari abjad A, maka mereka adalah *trainee* yang perlu berlatih lebih keras lagi. Setiap minggu atau bulannya mereka diberikan tugas dan melakukan tes evaluasi. Industri kpop tidak melihat “*ketidak-sempurnaan*” sebagai sesuatu hal yang dapat dimaklumi. Maka dari itu, para *trainee* tidak memiliki waktu istirahat yang banyak, mereka menghabiskan waktu setiap harinya dengan berlatih menyanyi, menari, dan lain - lain demi mendapatkan hasil yang sempurna. Jika mereka mendapatkan penilaian yang buruk di hari evaluasi, mereka tidak segan - segan mendapatkan berbagai kalimat kasar dari pelatih mereka, bahkan kalimat - kalimat tersebut dilontarkan di depan *trainee* lainnya. Hal ini dilakukan perusahaan untuk memberikan tekanan secara mental kepada para *trainee* agar mereka berlatih lebih keras lagi supaya mendapatkan hasil yang sempurna.

Selain berlatih menyanyi dan menari, setiap minggunya, para *trainee* juga akan mengukur berat badan, lingkar perut, paha, betis, pergelangan kaki dan lengan, dan bagian tubuh lainnya, dan hal ini diawasi oleh pihak

agensi. Bila berat badan mereka naik, pihak agensi dengan lantang berbicara kepada para *trainee* untuk melakukan diet. Jika selama berminggu - minggu berat badan mereka tak kunjung turun, maka mereka akan dimarahi di depan banyak orang. Jung Chaeyeon, member dari grup idola DIA, menuturkan bahwa agensinya menetapkan prinsip jika berat badan perempuan tidak boleh diawali dengan angka 5 (*agensinya memiliki prinsip bahwa berat badan para trainee wanita tidak boleh mencapai angka 49 kg keatas*). Standar kecantikan wanita di Korea Selatan adalah memiliki tubuh langsing dan tinggi semampai. Sedangkan untuk pria, tidak seketat wanita. Maka dari itu, banyak agensi perusahaan musik di Korea Selatan menetapkan sistem *training* yang ketat, terutama soal penampilan.

Salah satu mantan idola kpop senior, Joon G.O.D. mengatakan bila banyak penggemar terobsesi dengan kecantikan dan ketampanan dari paras para idola kpop. Mereka menganggap idola kpop seperti animasi, sehingga mereka menjadikan idola kpop sebagai panutan mereka dalam menetapkan standar kecantikan. Maka dari itu, perusahaan akan merekomendasikan paket perawatan kecantikan dibawah penanganan dokter ‘*plastic surgery*’ bila penampilan wajah *trainee* - nya dirasa kurang menarik. Salah satu mantan *trainee* dari agensi SM Entertainment, Stella Kim menyampaikan pengalamannya bahwa ia direkomendasikan pihak agensi untuk melakukan ‘*filler*’ pada bagian tubuh tertentu. Hal ini membuktikan bahwa betapa seriusnya agensi perusahaan musik terhadap penampilan *trainee*- nya.

Setelah melakukan evaluasi akhir dan dinyatakan layak debut, para *trainee* tetap berlatih menyanyi dan menari hingga waktu debut tiba. Mereka akan melakukan rekaman lagu yang telah produser agensi perusahaan buat dan berlatih koreografi tarian.

C. Debut Idola Kpop

Jika waktu debut telah tiba, biasanya pihak agensi akan menggelar ‘showcase’ atau panggung bagi para *trainee* untuk debut dan mendapat gelar “artis pendatang baru”. Tidak hanya itu, agensi juga akan mengundang para wartawan untuk diadakannya sesi *press conference*. Di sesi ini, biasanya artis pendatang baru akan diberikan pertanyaan seputar perkenalan diri para member, konsep grup, hingga fakta-fakta menarik seputar para member dan juga grup mereka.

Seiring berjalannya waktu, tampil dari panggung ke panggung, tentunya grup idola kpop akan mendapatkan perhatian dari para penonton dan tidak sedikit mengundang banyak orang untuk menjadi penggemar mereka. Di tahap ini, agensi sudah memberikan peringatan sedari masa *trainee* bahwa mereka (*para member grup idola kpop*) harus menjaga citra dan etika mereka.

Amber Liu, member idola kpop f(x), menuturkan bahwa citra diri adalah segalanya. Sangat penting untuk menjaga citra yang baik dan se bisa mungkin tidak menciptakan kenakalan di masa remaja. Ia juga menambahkan bahwa ketika seseorang telah memasuki industri kpop, hal kecil yang dianggap tidak akan menciptakan permasalahan besar, akan menjadi *boomerang* bagi pelakunya.

Seorang eksekutif musik, Bernie Cho, menyampaikan bahwa banyak manajemen di suatu perusahaan musik membuka bisnis *trading* saham dan juga menyukai berbagai jenis investasi lainnya. Skandal yang diciptakan artisnya akan mempengaruhi investasi perusahaan. Maka dari itu, pihak agensi musik melakukan pengawasan ketat terhadap tingkah laku artisnya.

Dalam industri musik kpop, banyak penggemarnya yang terobsesi dengan artis idolanya, tak sedikit yang memiliki pemahaman bahwa idolanya adalah kekasihnya. Sehingga, ketika

mereka menemukan rumor bahwa idolanya berada dalam suatu hubungan dengan orang lain, mereka tidak segan-segan akan berbalik badan. Hal ini tentunya tidak diinginkan oleh pihak perusahaan, penggemar yang berkurang akan berpengaruh negatif pada investasi perusahaan. Maka dari itu, ketika artisnya berada dalam hubungan khusus dengan orang lain, perusahaan akan menentangnya secara terang-terangan. Berbeda dengan industri seni hiburan di Indonesia, ketika senimannya bisa memiliki hubungan *special* dengan siapa pun, di industri musik kpop hal ini akan disebut sebagai ‘skandal’ yang seolah-olah terlihat seperti suatu tindak kejahatan.

Selain itu, penampilan para idola kpop akan terus dipantau oleh pihak agensi. Sangat lumrah menemukan artikel di media pers Korea Selatan yang memberitakan kenaikan berat badan artisnya. Hal ini menunjukkan betapa pentingnya penampilan diri di industri kpop.

IV. Kesimpulan dan Saran

➤ Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis lakukan, ditarik kesimpulan bahwa untuk menjadi idola kpop, hal yang pertama kali mesti dilakukan pelamar adalah melewati tahap audisi. Setelah audisi diterima, pelamar harus melewati masa *training* untuk waktu yang tidak bisa ditentukan. Setelah layak debut menjadi artis pendatang baru, para *trainee* akan menggelar panggung ‘showcase’ sebagai langkah awal menjadi artis di industri kpop.

➤ Saran

Diharapkan ada sinergi positif antara perusahaan dengan para *trainee* agar terjalin komunikasi yang baik sehingga menghasilkan kinerja yang baik pula. Sejauh ini, apa yang perusahaan musik kpop lakukan untuk memenuhi permintaan pasar dan serangkaian langkah untuk memberikan pelayan

terbaik melalui artisnya sudah efektif, hanya saja, perlakuan industri kpop di mana artis diibaratkan seperti produk bisnis oleh perusahaan musik sangatlah tidak wajar, artis atau idola adalah manusia dan tidak bisa disamakan dengan benda mati layaknya produk bisnis pada umumnya. Diperlukan rasa “*kemanusiaan*” untuk bisa bersinergi positif. Jika permintaan pasar memiliki standar tidak wajar, di mana penggemar menganggap idola sebagai hak mereka untuk menuntut, dan perusahaan tetap ingin memenuhi permintaan pasar tersebut, sebaiknya perusahaan juga menyediakan fasilitas kemanusiaan seperti jasa konseling dengan psikolog profesional, sehingga idola kpop tidak mengalami kesehatan mental yang mengganggu kinerja dan aktifitas hidupnya sehari - hari.

Daftar Pustaka

- Kim, Yoon Mi. 2011. “*KPOP : A New Force In Pop Music*”. Korea : KOCIS.
- The Los Angeles Film School. “*A Brief Of Kpop History*”, <https://www.lafilm.edu/blog/a-brief-history-of-kpop/#:~:text=Seo%20Taiji%20and%20Boys%20is,%20Dever%20K%20Dpop%20group>.
- Repotori USM. “*Metode Kualitatif Deskriptif Menurut Para Ahli*”, repository.usm.ac.id/files/skripsi/B1/1A/2015/B.111.15.0308/B.111.15.0308-06-BAB-III-20200323090004.pdf
- WishtrendTV. 2015, 8 April. [KPOP101] Kpop Audition Process Part 1 - Private Kpop Audition | WishTrend - Kasper [Video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=htaraIzHfT0>
- WishTrendTV. 2015, 13 April. [KPOP101] Kpop Audition Process Part 2 - Public Kpop Audition | WishTrend - Kasper [Video].

Youtube.

<https://www.youtube.com/watch?v=ec7Wt238o5E>

- Youtube Originals. 2021, 31 Maret. Lives of Idols : Trainees - KPOP Idols [Video]. Youtube <https://www.youtube.com/watch?v=kkiBNarwQI>
- Youtube Originals. 2021, 31 Maret. Lives of Idols : Final Assessment - KPOP Idols [Video]. Youtube <https://www.youtube.com/watch?v=gFfcFVLQG-Q>
- Stella Kim. 2016, 21 September. Former SM Trainee and Almost SNSD Member Stella Kim talks about Kpop Industry and Trainee Days [Video]. Youtube <https://www.youtube.com/watch?v=P3knfN5-QWA>
- Diggle Classic. 2019, 18 Juli. DIA Jung Chaeyeon, Tips On Weight Loss | #RaidTheConvenienceStore | 170119 #01 [Video]. Youtube <https://www.youtube.com/watch?v=rruXILxsDjQ>