

BAB I

PENDAHULUAN

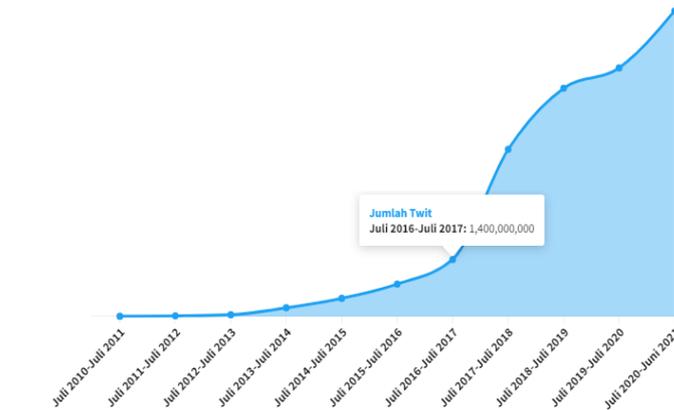
1.1 Latar Belakang

Indonesia saat ini tengah digempur oleh globalisasi dari berbagai bidang. Kemajuan teknologi yang kian cepat, menjadi salah satu faktor berkembangnya proses globalisasi. Masuknya aliran musik dan budaya dari berbagai negara, menjadi salah satu tanda globalisasi yang berdampak pada bidang Seni dan Budaya. Salah satu contoh masuknya musik dan budaya yang saat ini sedang berkembang besar di Indonesia yaitu ketenaran tentang Gelombang Korean atau *Korean Wave*. Dalam portal berita JawaPos (jawapos.com) yang diunggah pada tahun 2019, *The Korea Foundation* memberitahukan data perihal meningkatnya 22 persen penggemar kebudayaan Korea Selatan di seluruh dunia dari 73,12 juta penggemar menjadi 89,19 juta dalam kurun waktu satu tahun.



Gambar 1.1 20 Negara dengan K-Popers Terbanyak di Twittwer 2020-2021

Meningkatnya popularitas musik K-Pop di benua Asia, menjadikan Indonesia sebagai salah satu negara yang memiliki pasar penggemar terbesar di seluruh Dunia. Dari data tersebut dapat dilihat bahwa perkembangan K-POP yang cukup pesat di Indoensia dapat mepengaruhi masyarakat di berbagai kalangan. Perkembangan tersebut membuat fans K-POP menciptakan warna baru dengan bermunculnya berbagai istilah-istilah dari adanya interaksi yang dilakukan oleh penggemar di berbagai platform media sosial.



Sumber: Twitter

Sumber: Website datatempo.co

Gambar 1.2 Jumlah Twit Tentang K-Pop Tahun 2010-2021

Hal tersebut dapat diperkuat dengan adanya data yang dijabarkan oleh situs datatempo.co tentang platform media sosial X yang menjadi salah satu media yang digunakan oleh penggemar K-POP dalam berinteraksi. Berdasarkan data tersebut, terdapat sekitar 7,5 miliar kicauan yang berhubungan dengan K-Pop berdasarkan penelitian *Twitter* yang dilakukan dengan menggunakan metodologi pelacakan kata kunci yang berhubungan dengan K-pop, seperti menyebutkan nama artis, penggunaan tagar yang berhubungan dengan K-Pop serta *mention* atau menandai langsung akun resmi dari artis K-Pop yang berkaitan. (Datatempo.co, 2021) Sebagai *platform* media sosial yang banyak digunakan oleh penggemar K-POP dalam berinteraksi, media sosial X atau dahulunya yang dikenal dengan nama *Twitter* sudah ada sejak tahun 2014 yang saat ini dimiliki oleh Elon Musk.

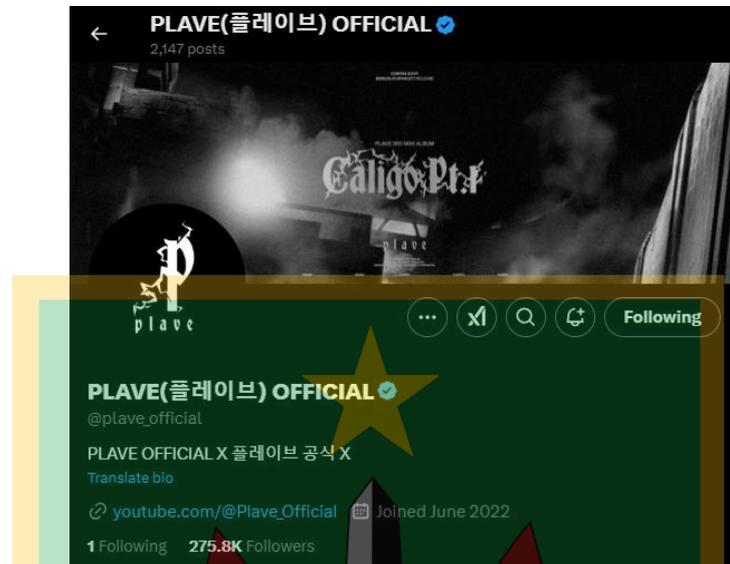
Fitur-Fitur dari media sosial X yang saat ini sudah banyak berubah dan memiliki banyak variasi memudahkan para penggemar dalam mendapatkan ruang interaksi yang cukup massif. Dengan kemudahan tersebut, para penggemar dapat memberikan komentar mereka melalui fitur *reply*, atau menggunakan fitur *like* sebagai tanda mereka menyukai konten atau informasi terkait idol K-POP yang digemari, juga dapat menggunakan fitur lain seperti *re-tweet* terhadap semua cuitan yang berisikan tulisan, foto, maupun video yang diunggah melalui akun resmi idola yang mereka sukai dan menggunakan tagar atau *hashtag* pada beberapa kegiatan atau informasi tertentu pada cuitan yang berkaitan tentang idola mereka. Algoritma

penyebaran informasi yang begitu cepat serta sistem dari media sosial X yang akan memunculkan cuitan yang berkaitan dengan apa yang mereka sukai atau mereka cari juga menjadi alasan mengapa para penggemar K-POP lebih memilih media sosial X sebagai salah satu media sosial yang digunakan.

Seperti layaknya kegiatan di dunia nyata saja, aktivitas yang dilakukan seperti menyapa penggemar lainnya, bercerita tentang keseharian mereka, menanyakan pendapat, mendukung idola yang disukai melalui cuitan, merencanakan untuk pergi ke *event* K-Pop bersama hingga kegiatan transaksi jual beli juga dapat dilakukan melalui media sosial X. Tanpa adanya batasan ruang dan waktu, para penggemar K-Pop lebih leluasa lagi untuk melakukan kegiatan mereka sebagai seorang penggemar. Kemudahan tersebut membuat para penggemar K-Pop lebih mudah untuk mencari dan berkumpul dengan sesama penggemar lainnya. Hal tersebut terjadi karena para penggemar K-Pop memiliki sebuah kebiasaan seperti penggunaan istilah-istilah tertentu dalam berinteraksi yang hanya dilakukan dan digunakan oleh para anggota dari komunitas atau sesama penggemar K-Pop saja.

Istilah tersebut biasanya digunakan oleh para penggemar K-Pop ketika sedang berinteraksi terhadap sesama penggemar dalam konteks kegiatan mendukung idola mereka. *Fangirl* dan *fanboy* menjadi istilah mendasar yang menandakan para penggemar K-Pop berdasarkan jenis kelamin mereka. *Fangirl* artinya mereka adalah para penggemar yang berjenis kelamin wanita dan *fanboy* adalah penggemar yang berjenis kelamin pria. Lalu mereka juga menandai para penggemar K-Pop lainnya berdasarkan ciri khas yang digunakan berdasarkan idola atau grup yang disukai. Biasanya, para penggemar K-Pop memilih siapa saja idola yang mereka sukai lalu masuk ke dalam perkumpulan tersebut yang dinamakan *fandom*. Istilah *fandom* atau kumpulan dari para penggemar dari suatu idola atau grup K-Pop, tercipta untuk membedakan setiap perkumpulan penggemar sesuai dengan nama yang diberikan oleh para idola atau grup K-Pop yang mereka sukai. Banyaknya jumlah idola atau grup K-Pop yang sekarang sedang eksis menciptakan berbagai macam nama-nama *fandom* yang ada dalam dunia K-Pop. Dan dalam aktivitas yang mereka lakukan di media sosial X, mereka melakukan interaksi

dengan sesama penggemar untuk menjalin pertemanan atau hubungan dengan cara ber-mutual atau saling mengikuti di akun media sosial X.

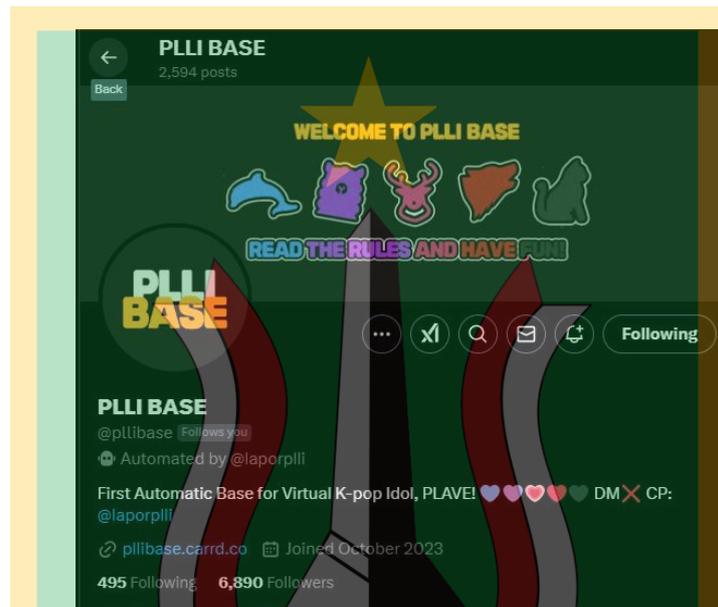


Sumber: Twitter dari Penulis.

Gambar 1.3 Akun Resmi Grup K-Pop PLAVE.

Kebaharuan pada teknologi kini juga berimbas pada dunia K-Pop, salah satu contohnya adalah terciptanya virtual idol yang memanfaatkan teknologi pada cara kerjanya. PLAVE merupakan salah satu contoh virtual idol yang berhasil menciptakan kebaruan dalam dunia K-POP. Mereka menjadi virtual idol pertama yang berhasil bersaing dalam dunia K-POP dan masuk ke dalam jajaran *boy group* pendatang baru yang namanya menempati papan atas. Dengan menggunakan persona “*avatar*”, PLAVE mampu menarik perhatian banyak penggemar K-Pop dengan lagu dan bakat dari setiap anggota yang sangat baik. Virtual idol tersebut memulai karir mereka atau biasa disebut dengan debut pada tanggal 13 Mei 2023 tahun 2023 yang terdiri dari 5 anggota, yaitu Nam Yejun, Han Noah, Chae Bamby, Do Eunho dan Yu Hamin. Kebaharuan PLAVE sebagai virtual idol juga menimbulkan kebaruan lainnya dalam istilah-istilah yang digunakan para penggemar dalam mengikuti mereka. Istilah tersebut hanya akan dimengerti oleh orang-orang yang menyukai PLAVE atau orang-orang yang tertarik pada virtual idol.

Sama seperti idol K-Pop lainnya, PLAVE juga memiliki nama *fandom* untuk para penggemar mereka yaitu PLLI. Di Indonesia sendiri, PLLI belum terlihat sebanyak para penggemar idol K-Pop lainnya atau sebesar penggemar dari asal negara mereka, namun seiring berjalannya waktu dan meningkatnya popularitas PLAVE, banyak para penggemar K-Pop mulai melirik dan menyukai virtual idol tersebut.



Sumber: Twitter dari Penulis.

Gambar 1.4 Akun Fanbase Penggemar Grup K-Pop PLAVE (PLLI).

Para penggemar yang menyadari bahwa menyukai virtual idol memiliki beberapa istilah serta kebiasaan yang sedikit berbeda dengan idol K-Pop lainnya, memutuskan untuk membuat wadah bagi para penggemar yaitu PLLI agar lebih mudah mencari informasi dan menemukan teman sesama *fandom*. Wadah tersebut disebut juga dengan *Fanbase* yang merupakan tempat atau komunitas bagi para penggemar yang memiliki ketertarikan yang sama terhadap suatu Idola salah satunya adalah Idola K-Pop.

Fanbase sendiri sering kali digunakan untuk tempat diskusi, mencari dan berbagi informasi, serta melakukan kegiatan interaksi terhadap sesama penggemar

hingga melakukan aktivitas lainnya yang berhubungan dengan idola K-POP yang mereka sukai. Pada media sosial X, saat ini terdapat satu *fanbase* aktif yang menjadi wadah bagi PLLI Indonesia yaitu @plibase, yang memiliki jumlah pengikut sebanyak 6583 akun. Akun tersebut merupakan *fanbase* yang dibuat dalam bentuk *menfess base*, dimana *menfess* tersebut disebut sebagai “pesan” yang ingin disampaikan melalui *fanbase* tetapi dikirmkannya dalam bentuk anonim. Isi dari *menfess* yang dikirimkan biasanya berupa informasi terkait kegiatan PLAVE yang sedang atau sudah dilakukan, opini terhadap sesuatu yang menyangkut tentang PLAVE, melakukan transaksi jual beli *merchandise* atau ajakan para penggemar untuk mencari teman untuk mendukung PLAVE bersama-sama.

Para penggemar yang melakukan aktivitas mereka di media sosial X biasanya menggunakan akun khusus untuk berinteraksi terhadap penggemar lainnya. Akun tersebut biasa memiliki ciri khas dengan menggunakan foto *profile* idola yang disukai, dan menggunakan nama lain atau nama yang tidak sesuai dengan nama asli mereka. Perilaku tersebut sudah menjadi hal yang biasa dilakukan dalam dunia K-Pop, karena para penggemar merasa lebih nyaman dengan identitas mereka yang anonim dalam mendukung idola yang disukai. Dengan hal seperti itu, mereka tetap dapat fokus mendukung idola yang disukai tanpa harus melihat latar belakang para penggemar yang berbeda-beda. Seperti para penggemar lainnya, fandom PLLI memiliki latar belakang yang berbeda-beda pula. Banyak dari mereka yang sudah berkerja dengan rentan usia di atas 20 tahun, hingga penggemar yang berusia belasan tahun. Namun hal tersebut bukan menjadi penghalang bagi para penggemar untuk tetap membangun relasi antar sesama, karena mereka memiliki kegemaran dan tujuan yang sama yaitu untuk mendukung PLAVE sebagai idola yang mereka sukai.

Dengan tujuan dan kegemaran yang sama, PLLI dapat dengan mudah membangun relasi terhadap sesama penggemar. Para penggemar biasanya menemukan penggemar lainnya melalui *fanbase* dengan mengirimkan pesan anonim yang nantinya akan disampaikan melalui cuitan pada akun *fanbase*, atau menjawab cuitan anonim yang biasa mengajak penggemar lain bermutualan untuk menemani mereka dalam mendukung grup PLAVE. Bermutualan pada konteks

media sosial X memiliki makna dua akun saling mengikuti (*mutual follow*) dan ketika kedua akun yang sudah bermutual menunjukkan adanya hubungan dua arah dalam interaksi mereka. Untuk dapat bermutual dengan penggemar lain, pesan yang dikirimkan melalui akun *fanbase*, biasanya mengandung beberapa kata tertentu dengan tujuan penggemar agar pengirim pesan dapat menyaring penggemar lainnya yang memiliki beberapa referensi yang sama. Penyaringan dalam pesan tersebut membuat para penggemar lebih mudah dan nyaman untuk memulai interaksi pada media sosial X. Penggemar yang sudah mengirimkan pesan tersebut nantinya akan melakukan interaksi dengan membalas pesan melalui akun mereka, dan melakukan perkenalan secara personal di akun masing-masing.

Interaksi yang dilakukan oleh para penggemar yang dilakukan di media sosial X berlangsung dalam beberapa tahapan. Dari interaksi tersebut biasanya hanya beberapa mutual saja yang akan bertahan dan melakukan komunikasi secara personal dengan intensitas yang sering, sehingga keduanya memiliki relasi yang erat. Interaksi tersebut dapat dikatakan sebagai proses komunikasi yang terjalin pada media sosial X dengan membutuhkan beberapa tahapan, dan hanya beberapa orang saja yang dapat bertahan. Dasar dari komunikasi yang terjalin pada penggemar K-Pop berawal dari mereka yang berinteraksi karena adanya ketertarikan yang mirip, lalu ketika melakukan interaksi keduanya merasa cocok dengan cara komunikasi yang dilakukan sehingga keduanya dapat bertahan dalam suatu hubungan erat dalam kurun waktu yang cukup lama dan menciptakan komunikasi interpersonal yang mendalam dengan mutual mereka.

Komunikasi interpersonal yang sudah terjalin antar penggemar K-Pop di media sosial menciptakan hal lain diluar dari kegiatan mereka sebagai penggemar K-Pop. Dari bermutualan di media sosial X dengan sesama penggemar K-Pop, banyak sekali relasi relasi baru yang terjalin diantara mereka, bahkan beberapa diantara mereka banyak yang dapat berteman hingga di kehidupan nyata, berpergian bersama dalam kegiatan yang bersangkutan dengan K-Pop maupun di luar hal tersebut, hingga dampak lain yang membuat para penggemar merasa nyaman dengan relasi yang terjalin tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal yang dibangun melalui interaksi pada media sosial X antar sesama

penggemar K-Pop memiliki banyak keunikan yang dapat dijadikan sebagai bahan penelitian oleh penulis.

1.2 Perumusan Masalah

Dari penjelasan masalah latar belakang di atas, maka rumusan masalahnya adalah *Bagaimana komunikasi interpersonal dalam berinteraksi sesama mutual fans K-POP boygroup virtual PLAVE (PLLI) di media sosial X?*

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana komunikasi interpersonal yang dilakukan dalam berinteraksi sesama mutual fans K-POP *boygroup virtual PLAVE (PLLI)* di media sosial X.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi panduan bagi yang akan melakukan penelitian tentang hubungan antar pribadi khususnya dengan objek penelitian fans K-POP.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pengembangan teori interaksi simbolik oleh Herbert Blumer yang dianalisis melalui interaksi yang dilakukan pada media sosial X.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan berguna bagi penggemar K-Pop khususnya penggemar PLAVE (PLLI) yang berinteraksi di media sosial X yang sedang mencari manfaat dari pengembangan hubungan antar pribadi sesama mutual fans.

1.5 Sistematika Penulisan

Penyusunan penelitian ini akan dijelaskan oleh peneliti secara lebih rinci melalui sistematika penulisan yang terdiri dari lima bab utama dengan pembahasan sub bab pembahasan yang berbeda. Berikut penyampaian sistematika dalam penelitian:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini mengandung penjelasan tentang informasi yang terdiri dari latar belakang penelitian yang membahas tentang perkembangan K-POP di Indonesia yang cukup massif membuat para penggemar menggunakan media sosial X sebagai wadah untuk melakukan interaksi dalam mendukung idola atau grup K-POP disukai dengan mengambil grup K-POP PLAVE dan penggemar mereka PLLI, sebagai studi kasus. Lalu merumuskan masalah dari latar belakang tentang bagaimana komunikasi interpersonal terbentuk melalui interaksi di media sosial X, dengan tujuan penelitian untuk menganalisis komunikasi interpersonal yang dilakukan lalu diulas kerucutkan batasan masalahnya melalui 5 faktor dan interaksi simbolik yang dilakukan melalui relasi pesan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab ke dua dari penelitian ini, membahas tentang telaah teoritis dalam penelitian. Penulis menggunakan Teori Interaksi Simbolik oleh Herbert Blumer sebagai dasar teori untuk menganalisis penelitian yang dilakukan, dan menjelaskan konsep tentang Komunikasi Interpersonal dari DeVito yang dilakukan oleh mutual fans di media sosial X.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini membahas tentang pendekatan yang digunakan oleh peneliti yaitu pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian yang bersifat deskriptif serta menggunakan teknik wawancara, dokumentasi, observasi serta kajian pustaka sebagai teknik pengumpulan data atas informasi penelitian yang dilakukan pada empat key informan dan satu informan pendukung yaitu para penggemar PLAVE atau *fandom* PLLI dan pemilik *fanbase* @plibase yang memiliki akun media sosial X dengan jadwal yang telah ditentukan oleh peneliti dan nantinya akan disajikan dalam bentuk karya ilmiah.

BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang laporan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Peneliti. Dalam bab ini peneliti melakukan analisis dari data yang didapatkan melalui Teori Interaksi Simbolik oleh Herbert Blumer yang mengasikkan bagaimana komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh para informan yang berinteraksi dan bermutualan di media sosial X menimbulkan sebuah makna terhadap diri sendiri, menjadikan PLAVE sebagai aktor utamanya sehingga mereka dapat menjalin sebuah hubungan erat berdasarkan rasa kesukaan yang sama.

BAB V PENUTUP

Bab terakhir dari pada penelitian ini, membahas tentang kesimpulan dari seluruh hasil laporan penelitian yang telah dibuat oleh peneliti tentang bagaimana komunikasi interpersonal yang terjadi yang disertai oleh kritik juga saran kepada peneliti untuk dijadikan sebagai bahan evaluasi dari penelitaian yang telah dilakukan.

