

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Fenomena gelombang Korea atau *Korean Wave* kini sedang melanda seluruh dunia, salah satunya Indonesia. Perkembangan teknologi dan informasi akibat adanya globalisasi, menjadi faktor utama dari tersebarnya demam Korea tersebut. *Korean Wave* atau *Hallyu* sendiri merupakan suatu istilah yang merujuk kepada tersebarluasnya kebudayaan populer yang identic dengan musik, style, makanan, bahasa, dan sebagainya yang bercirikhaskan kebudayaan tradisional Korea Selatan.

Tersebarnya *Korean Wave* di seluruh dunia selain dikarenakan oleh globalisasi juga dipermudah dengan adanya new media, seperti internet, media sosial, dan media lainnya yang membuat siapapun dapat dengan mudah mengakses segala bentuk informasi yang tersedia dari berbagai negara. Mudahnya pengaksesan informasi tersebut, membuat banyaknya *Korean Star* yang bermunculan, kini sangat digandrungi oleh beberapa masyarakat, khususnya bagi kaum muda. Hal tersebut menimbulkan banyak terbentuknya beberapa kelompok penggemar yang biasanya disebut sebagai *K-Popers*. Sebutan *K-Popers* tersebut, dilabelkan kepada setiap orang yang memiliki ketertarikan terhadap segala jenis kebudayaan maupun karya dari industri hiburan Korea Selatan.

Bukti kepopuleran Korean Wave di Indonesia adalah dengan maraknya acara maupun konser musik serta jumpa fans dari idola, selebritas maupun musisi asal Korea Selatan yang penjualan tiketnya selalu terjual meskipun dengan harga tiket yang tidak murah. Bukti lainnya juga ditunjang dengan masuknya Indonesia sebagai salah satu negara yang sering berada di posisi 10 besar hingga 3 besar dengan jumlah suara atau vote maupun streaming lagu atau video musik dari para musisi Korea di berbagai platform musik dunia.

Twitter merupakan salah satu situs jejaring sosial yang memungkinkan penggunanya untuk mengunggah postingan, foto, bahkan video. Twitter sendiri sangat disukai oleh banyak orang terutama bagi para penggemar K-Pop di seluruh dunia, karena terdapat fitur-fitur yang membantu serta memudahkan penggemar untuk berkomunikasi dan berinteraksi secara langsung dengan idola atau selebritas kesukaan mereka melalui akun Twitter resmi dari idola tersebut, dan juga dapat dengan mudah berinteraksi dengan sesama penggemar dari berbagai negara.

Melalui Twitter, para penggemar K-Pop banyak melakukan kegiatan penggemar atau yang biasa disebut fangirling, yaitu sebutan yang digunakan untuk mewujudkan suatu gerakan yang dilakukan oleh para penggemar yang berkaitan dengan idola atau fandom mereka. Sebutan bagi penggemar K-Poppun berbeda. *Fangirl* merupakan sebutan yang digunakan untuk para penggemar perempuan, dan *fanboy* merupakan sebutan yang digunakan untuk para penggemar laki-lai. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan melalui

media sosial Twitter dapat berupa, mencari tau informasi tentang idola mereka, pemberian respon yang dapat dilakukan dengan memberikan komentar pada fitur reply, menggunakan fitur like, dan fitur retweet terhadap sebuah tulisan, foto, maupun video yang diunggah oleh idola mereka, berinteraksi antar sesama penggemar di seluruh penjuru dunia yang kini dipermudah dengan adanya fitur *space* yang dapat digunakan untuk berkomunikasi secara lisan dan fitur *translate* pada setiap tweetan, dan kegiatan-kegiatan lainnya yang dapat mereka lakukan untuk berkomunikasi dan berinteraksi antar sesama. Tak jarang banyak dari mereka yang menghabiskan waktunya hanya untuk melakukan kegiatan-kegiatan tersebut.

Komunikasi yang dilakukan oleh penggemar K-Pop kepada idola atau selebritas kesukaan mereka, serta komunikasi yang terjalin antar sesama penggemar dari berbagai negara merupakan perilaku komunikasi yang bertujuan untuk memberikan dukungan, motivasi, serta ungkapan emosional mereka yang disampaikan melalui komunikasi verbal dan non verbal. Perilaku tersebut mereka lakukan sesuai dengan keinginan mereka, tanpa adanya paksaan dari faktor lain. Penggemar kini tidak lagi menjadi konsumen yang hanya menjadi penikmat konten-konten yang idola mereka berikan di media sosial Twitter saja, namun kini penggemar juga dapat berkontribusi secara langsung dalam membangun komunikasi dan interaksi tanpa terhalang batas, jarak, dan waktu.

Di Universitas Nasional, banyak dijumpai mahasiswa-mahasiswa yang merupakan penggemar K-Pop. Mereka tidak segan untuk menunjukkan jati diri mereka sebagai seorang penggemar dengan menggunakan atribut atau merchandise yang berkaitan dengan idola mereka, seperti menggunakan tas, sepatu, dan barang lainnya yang berhubungan dengan K-Pop. Mereka juga menunjukkan bahwa mereka seorang penggemar K-Pop dengan menggunakan style serta beberapa *Korean slang* atau kata-kata khas dari seseorang yang memiliki minat pada kebudayaan Korea, seperti penggunaan kata “*Daebak*”, “*Annyeonghaseo*”, “*Kamsahamnida*” dan sebagainya, yang menandakan terjadinya akulturasi pada penggemar K-Pop.

Terdapat akulturasi yang terjadi, yaitu ketika para penggemar K-Pop mulai mempelajari Bahasa Korea yang bertujuan untuk memudahkan mereka dalam berinteraksi dengan idola mereka. Tak jarang para penggemar K-Pop ini memperkenalkan Bahasa maupun kebudayaan khas Indonesia kepada para idola. Selain dengan mempelajari Bahasa Korea, banyak dari mereka yang berinisiatif memadukan kebudayaan Korea dengan Indonesia, seperti memainkan lagu K-Pop dengan instrument musik dangdut khas Indonesia, atau memainkan lagu K-Pop dengan menggunakan alat-alat musik tradisional Indonesia. Sehingga dengan adanya akulturasi budaya tersebut, dapat membuat kebudayaan baru yang diminati oleh para remaja maupun masyarakat di masa sekarang tanpa harus menghilangkan salah satu kebudayaan, baik dari kebudayaan Korea atau K-Pop maupun

kebudayaan Indonesia. Adanya akulturasi tersebut juga menyebabkan adanya perubahan dari cara mereka berperilaku dalam berinteraksi sosial. Mereka cenderung lebih bisa menghargai dan mengimbangi perbedaan yang ada saat mereka melakukan komunikasi dalam berinteraksi sosial dengan orang lain atau masyarakat luas.

The image contains a large, semi-transparent watermark of the Universitas Nasional logo. The logo is a shield-shaped emblem with a green background and a yellow border. It features a central white and grey design, a yellow star at the top, and the text 'UNIVERSITAS NASIONAL' at the bottom.

Adanya penggunaan teknologi dalam menghubungkan komunikasi maupun interaksi secara virtual melalui media sosial ini yang menjadi landasan terjalin dan terjaganya hubungan antara penggemar dengan idola maupun antara sesama penggemar lainnya. Karena terdapat perilaku-perilaku dari penggemar K-Pop dalam berkomunikasi serta adanya interaksi sosial yang terjadi melalui media sosial Twitter, membuat peneliti tertarik untuk mengamati persoalan tersebut. Maka judul dari penelitian ini adalah “Perilaku Komunikasi Penggemar K-Pop dalam berinteraksi sosial di media sosial Twitter” dengan sub judul “Studi Fenomenologi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Penggemar K-Pop Pengguna Twitter Di Universitas Nasional Angkatan Tahun 2018”

1.2 Rumusan Masalah

Dilihat dari landasan yang digambarkan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana perilaku komunikasi penggemar K-Pop dalam berinteraksi sosial di media sosial Twitter?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai pada penelitian ini adalah untuk memahami dan menginterpretasikan bagaimana perilaku komunikasi penggemar K-Pop dalam berinteraksi sosial di media sosial Twitter.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi kemajuan ilmu pengetahuan secara umum, khususnya di bidang ilmu komunikasi, public relations, komunikasi antarpribadi, dan sosiologi. Dan juga diharapkan berguna bagi penelitian sejenis yang berkaitan dengan teori komunikasi, kelompok sosial dan interaksi sosial.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan data dan referensi kepada mahasiswa, pelajar dan khalayak umum tentang bagaimana interaksi sosial dapat dipengaruhi oleh perilaku dari individu maupun kelompok dalam berkomunikasi.

1.5 Sistematika Penulisan

Berdasarkan beberapa pemaparan di atas, peneliti menyajikan permasalahan beserta pembahasannya dalam satu rangkaian penyajian yang terdiri dari 5 (lima) bab agar lebih jelas dan mudah untuk dipahami, serta menunjukkan penyelesaian penulisan yang sistematis. Pada bagian

awal terdapat sampul depan dan pembagian bab tersebut adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bagian ini menjelaskan hal yang menjadi alasan bagi penulis dalam memilih permasalahan atau topik yang digunakan pada penelitian ini. Dan bagian ini terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bagian ini berisikan berbagai kajian teori yang relevan terhadap permasalahan pada penelitian yang sekaligus merupakan sebuah landasan dan konsep dari penulisan skripsi yang dapat digunakan untuk membahas dan menganalisis permasalahan yang sedang diteliti, sebagai perbandingan antara teori-teori yang digunakan dengan kenyataan yang ada. Pada bagian ini juga terdapat gambaran mengenai kerangka pemikiran dari penelitian ini sebagai penjelasan dari keseluruhan kajian teori.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bagian ini berisikan penjelasan secara rinci mengenai cara yang digunakan peneliti dalam memperoleh data, menganalisis data, memilih informan yang berkaitan dengan penelitian ini, serta memberikan penjelasan mengenai lokasi dan jadwal pelaksanaan penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bagian ini berisikan penjelasan mengenai data-data yang diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi partisipan, dan analisis data yang dapat menjelaskan hasil dari penelitian mengenai Perilaku Komunikasi Penggemar K-pop Dalam Berinteraksi Sosial di Media Sosial Twitter (Studi Fenomenologi Mahasiswa Penggemar K-pop Pengguna Twitter di Universitas Nasional Angkatan Tahun 2018).

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bagian ini berisi kesimpulan yang dipaparkan secara jelas dan mudah dipahami, dan berisi saran-saran yang dapat menyempurnakan penelitian-penelitian sejenis selanjutnya.

