

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Fenomena *Korean Wave* begitu populer di tengah masyarakat dunia. *Korean Wave* atau *Hallyu* merupakan istilah untuk menyebut budaya pop Korea Selatan yang secara global telah tersebar ke berbagai negara di dunia, tanpa terkecuali Indonesia. Hal ini lah yang kemudian menjadikan budaya Korea Selatan sebagai budaya populer.

Musik K-Pop menjadi salah satu produk hiburan *Korean Wave* yang banyak digemari oleh masyarakat Indonesia. Hal ini ditunjukkan dengan berkali-kali telah diadakan pertunjukan konser musik K-Pop di Indonesia. Tidak hanya itu, saat ini banyak *brand* yang menggunakan artis Korea sebagai bintang iklan.

Perkembangan fenomena K-pop saat ini menjadi salah satu topik yang paling populer di seluruh dunia, termasuk Indonesia. Pop Korea dapat membentuk budaya baru yang biasa disebut sebagai "penggemar k-pop". Saat ini menambah diri yang terjadi di kalangan penggemar k-pop cenderung menggunakan media sosial salah satunya Twitter, semakin sering seseorang menggunakan Twitter maka akan semakin banyak informasi yang didapat sehingga berdampak pada kemampuan komunikasi interpersonalnya.

Berdasarkan laporan *We Are Social*, Indonesia menjadi salah satu negara dengan pengguna twitter terbesar di dunia dengan jumlah pengguna twitter di

Indonesia mencapai 18,45 juta pada 2022. Jumlah tersebut setara dengan 4,23% dari total pengguna twitter di dunia mencapai 436 juta.¹



Gambar 1. 1 Data Jumlah Pengguna Twitter di Indonesia 2019-2022

Dikenal sebagai aplikasi jejaring sosial yang berbentuk mikroblogging, dimana pengguna dapat membuat unggahan berbasis tulisan sederhana yang dapat dioptimalkan untuk kebutuhan media komunikasi. Twitter juga dikenal dengan tiga fitur khasnya, yaitu ada tweet, trending topic dan follow. Tweet berguna untuk penggunaanya bisa menuliskan apapun dengan maksimal 280 kata. Lalu dengan Trending topic, penggunaanya dapat mengetahui bahasan atau topik apa yang sedang ramai diperbincangkan oleh orang-orang. *Follow*, fitur ini untuk

¹ Monavia, Ayu. Pengguna Twitter di Indoensia Capai 18,45 Juta pada 2022. 10 Agustus 2022. Diakses pada 2 Desember 2022. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-twitter-di-indonesia-capai-1845-juta-pada-2022>.

pengguna yang ingin mengikuti atau mengetahui update aktivitas dari orang yang mereka ikuti.

Meluasnya fenomena *Korean Wave* atau Hallyu juga terbantu dengan berkembangnya jaringan internet saat ini yang memudahkan para penggemar untuk mengakses dan menyebarkan informasi mengenai update terbaru idola mereka. Ini juga sangat berguna untuk penggemar internasional yang tidak tinggal di Korea. Media sosial kini dapat memuat atau menerima informasi tentang peristiwa terbaru selebriti Korea dan membuat penggemar merasa selangkah lebih dekat dengan idolanya.

Selebriti kerap mengunggah aktivitasnya ke media sosial berupa foto atau tulisan. Ini menarik penggemarnya, terutama karena mudah untuk membalas setiap unggahan yang dikirim oleh sang idola dalam fungsi *reply* yang memungkinkan penggemar untuk mengungkapkan perasaannya. Postingan selebriti yang terus diperbarui ini membuat penggemar merasa tahu apa yang dilakukan idola mereka, di mana mereka berada, siapa teman dekat mereka, dan siapa orang terpenting dalam hidup mereka. Media sosial membuka kesempatan bagi para penggemar untuk lebih sering berinteraksi dengan media, dalam hal ini berhubungan dengan idolanya. Hal ini dapat menimbulkan rasa kedekatan dengan sang idola pada para penggemar.

Twitter telah menjadi media yang memberikan ruang luas untuk berbagi dan berkreasi. Dengan begitu para penggemar K-pop bisa membuka diri secara bebas tanpa harus memikirkan identitas mereka yang diketahui banyak orang. Penggemar K-pop cenderung menggunakan Twitter, apalagi didukung dengan

fitur-fitur di Twitter yang memungkinkan terjadinya proses transaksi informasi antara satu orang dengan orang lain yang memiliki umpan balik secara langsung.

Dapat dilihat bahwa media sosial merupakan salah satu media komunikasi dan Twitter merupakan media yang sangat dekat dengan para penggemar k-pop. Dimana mereka akan mengakses Twitter untuk berinteraksi dengan sesama penggemar atau ingin mengadakan sesuatu yang sedang terjadi atau sedang dialami. Tentunya dengan hadirnya media sosial ini dapat berdampak pada komunikasi interpersonal para penggemar k-pop dan dapat dilihat dari aktivitas para penggemar k-pop yang lebih sering menggunakan media sosial untuk berbagi informasi dan k-pop tersebut.

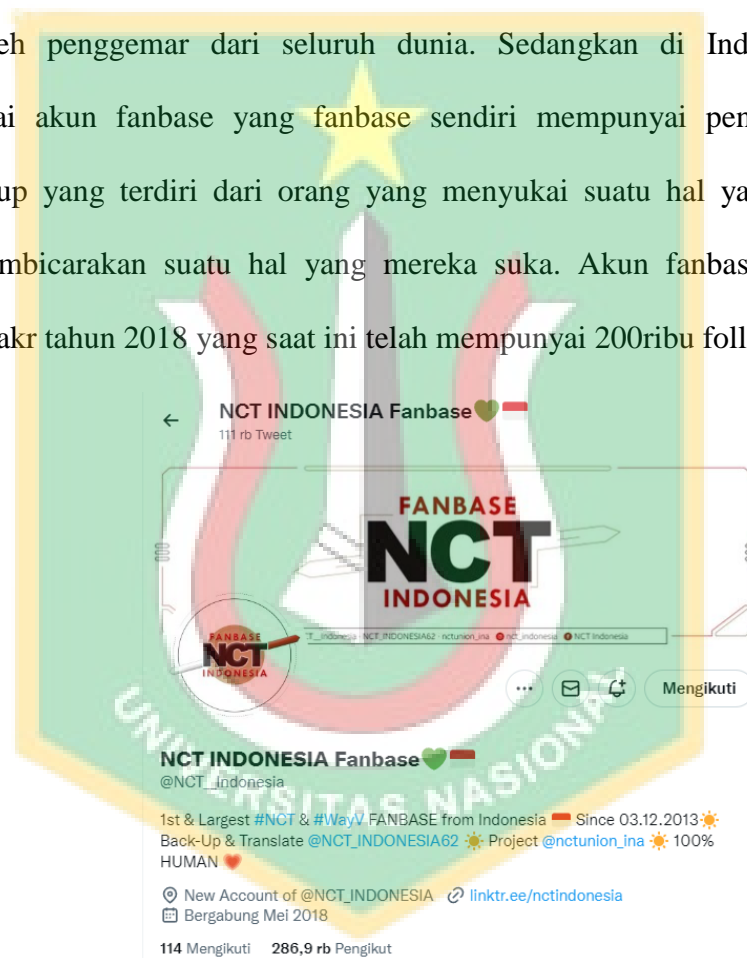
Penggemar mengikuti informasi terbaru dari Twitter dan dengan ragam fitur yang mempermudah interaksi antar penggunanya, membuat twitter saat ini banyak digemari oleh banyak kalangan. Salah satu kalangan tersebut adalah para penggemar K-pop dari Boy Group asal Korea Selatan yaitu NCT.

Neo Culture Technology (NCT) merupakan Boy Grup asal Korea Selatan yang saat ini beranggotakan 23 orang. NCT mempunyai penggemar (fans) yang diberi nama NCTZen. Ketertarikan serta kegemaran terhadap NCT membuat para NCTZen menggunakan twitter sebagai media untuk saling berinteraksi dan berhubungan dengan NCTZen yang lainnya. Yang dimana dapat dibuktikan pada platform twitter akun official NCT mempunyai followers sebanyak 10,1juta.

Meski tidak memiliki akun Twitter pribadi, anggota NCT masih sering menyapa penggemar melalui akun resmi NCT. Mereka sering men-tweet dan berinteraksi dengan penggemar di akun @NCTsmtown. Pembaruan yang biasa

mereka lakukan antara lain sapaan halus, aktivitas sehari-hari yang mereka lakukan, mengunggah foto dan lagu, serta obrolan sederhana dengan penggemar. Selain itu, NCT juga sering menggunakan fungsi-fungsi yang tersedia di Twitter seperti *Hastag*, *Retweet*, dan yang lain.

Akun @NCTsmtown merupakan akun resmi yang dimiliki oleh NCT dan diikuti oleh penggemar dari seluruh dunia. Sedangkan di Indonesia, NCT mempunyai akun fanbase yang fanbase sendiri mempunyai pengertian yaitu sebuah grup yang terdiri dari orang yang menyukai suatu hal yang sama dan hanya membicarakan suatu hal yang mereka suka. Akun fanbase tersebut di bentuk sejak tahun 2018 yang saat ini telah mempunyai 200ribu followers.



Gambar 1. 2 Akun Twitter Fanpage NCT Indonesia

Kaitan interaksi dengan penggemar NCT di twitter adalah sebagaimana hubungan yang dibangun antar individu tersebut dapat terjalin melalui dunia maya seperti hubungan interpersonal yang ada di dunia nyata meskipun masing-masing individu belum pernah bertatap muka sekalipun.

Twitter sebagai platform untuk menumbuhkan minat penggemar NCT saling berinteraksi, berbagi informasi dan membangun kebersamaan dengan cara memposting aktivitas, berbagi cerita dan pengalaman yang berkaitan dengan Idol mereka di NCT melalui tweet dengan memberikan tanggapan seperti me-reply, like, dan retweet pada tweet yang telah di posting.

Di twitter juga terdapat fitur Direct Message yang dapat digunakan untuk melakukan percakapan pribadi dengan orang lain tentang tweet atau konten lainnya. Para penggemar NCT biasanya menggunakan *Direct Message* (DM) ketika mereka ingin membicarakan topik yang tidak ingin diketahui orang lain atau bersifat privat. Saat ini, direct message di twitter juga bisa digunakan untuk obrolan grup atau yang biasa disebut dengan GDM (*Grup Direct Message*) yang membuat interaksi sesama penggemar bisa dilakukan lebih privat untuk menghasilkan komunikasi interpersonal yang lebih baik.

Pada penelitian ini, peneliti ingin menganalisa bagaimana media sosial twitter dapat menjadi wadah para NCTZen untuk saling berinteraksi yang tentunya dibarengi dengan ketertarikan yang sama sebagai penggemar K-pop untuk lebih fokus dalam suatu grup yaitu Neo Culture Technology (NCT).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut yaitu, Bagaimana Interaksi Sosial Penggemar NCT Dalam Membicarakan Idola Di Media Sosial Twitter.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menggambarkan Interaksi Sosial yang dilakukan Penggemar NCT Dalam Membicarakan Idola Di Media Sosial Twitter.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis, Penelitian ini secara umum dapat memberikan referensi bagi perkembangan ilmu komunikasi dan manfaat dalam penelitian ini yaitu dapat mengkaji mengenai Bagaimana Interaksi Sosial Penggemar NCT Dalam Membicarakan Idola Di Media Sosial Twitter.
2. Secara Praktis, bagi penggemar penelitian ini mampu memberikan gambaran pengalaman interaksi yang dilakukan oleh NCTzen di Twitter.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I Pendahuluan

Pada bab ini, merupakan bagian pendahuluan ini di dalamnya berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penegasan istilah, sistematika penulisan.

BAB II Tinjauan Pustaka

Bab ini membahas teori dan konsep yang digunakan untuk menganalisis dan menjawab permasalahan yang diajukan dalam penelitian ini.

BAB III Metodologi Penelitian

Bab ini mencakup metode penelitian. Metode penelitian yang digunakan meliputi pendekatan penelitian, penentuan informan, teknik pengumpulan data, teknik validasi data, teknik pengambilan dan analisis data, serta lokasi dan jadwal penelitian.

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini berisi hasil penelitian dan wawancara yang diawali dengan gambaran umum atau profil NCT dan penggemar NCT (NCTzen) .

BAB V Kesimpulan Dan Saran

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang telah di paparkan dalam bab IV dan terdapat pula saran penelitian.

