

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Hadirnya teknologi mempermudah seseorang dalam mengakses informasi dari dalam maupun luar negeri. Globalisasi membuka peluang bagi budaya-budaya asing untuk masuk ke Indonesia. Masyarakat semakin bergantung dengan gadget yang membuat masyarakat semakin hidup dengan gaya modern. Budaya juga dapat disebarkan dengan mudah ke seluruh dunia melalui teknologi. Dalam penyebaran budaya, negara-negara memanfaatkan sumber daya manusia yang mereka punya untuk menarik minat masyarakat luar. Salah satu negara yang berhasil menjadi pusat budaya populer adalah Korea Selatan. Produk budaya Korea berhasil disebarluaskan dengan gaya modern. Hal yang paling menonjol dari Korea Selatan adalah industry hiburan Korea, seperti yang kita ketahui saat ini sudah menjamur di penjuru dunia.

Terciptanya *Korean Wave* atau disebut *Hallyu* menjadi salah satu budaya yang diminati masyarakat dunia saat ini, termasuk di Indonesia. Melalui musik, film, dan produk industry hiburan seperti drama televisi, *Korean Wave* menjual kebudayaan Korea Selatan yang memadukan kehidupan tradisional dan modern. Serangan drama asal Korea Selatan ini dapat dikatakan menjadi titik awal bagaimana musik Kpop meningkatkan minat masyarakat Indonesia untuk tau lebih dalam mengenai Korea Selatan. Produk *Korean Wave* yang populer di Indonesia adalah musik Korea yang dikenal dengan sebutan Kpop. Kpop

dibawakan oleh sekelompok laki-laki dan perempuan yang berada di bawah naungan agensi Korea.

Untuk memulai debut menjadi penyanyi Korea, biasanya setiap agensi membuka pendaftaran di berbagai negara. Bagi mereka yang lolos audisi akan mengikuti *trainee* selama batas waktu yang ditentukan. Musik Korea bergenre pop, hiphop, R&B dan gabungan dari beberapa jenis musik lainnya. Jenis musik yang bervariasi dibawakan dengan tarian, tidak heran jika Kpop sangat digemari oleh masyarakat khususnya anak muda. *Super Junior, Blackpink, EXO, NCT dan BTS* merupakan *boygroup* dan *girlgroup* yang sangat populer hingga saat ini. Demam Kpop ramai diperbincangkan di Indonesia, fenomena menikmati musik lewat video musik Korea menjadi budaya yang juga digemari oleh masyarakat Indonesia dan menyebar dengan cepat.

Salah satu *boygroup* asal Korea Selatan yaitu NCT, dianggap sukses menarik perhatian audien melalui musik, lagu dan video klip. Menurut salah satu situs berita dan hiburan di Indonesia *Yoursay.id* pada 13 Juli 2021, salah satu video musik milik sub unit NCT yaitu NCT U dengan single berjudul *Make a wish (Birthday Song)* berhasil mencatat rekor baru dari album *Resonance Pt. 1* dengan mendapatkan jumlah penonton tercepat hingga mencapai 200 juta penonton dalam waktu 9 bulan sejak dirilis pada 12 Oktober 2020 pukul 18.00 KST atau 16.00 WIB.¹ Fans Indonesia menjadi salah satu negara yang memiliki

¹ Dita Angelina, "MV Make a Wish Birthday Song Milik NCT U Sukses raih 200 juta views", diakses dari <https://yoursay.suara.com/lifestyle/2021/07/13/160800/mv-make-a-wish-birthday-song-milik-nct-u-sukses-raih-200-juta-views>, pada 3 Oktober 2022.

fans Kpop NCT yang sangat banyak. Salah satu hal menunjukkan jika Indonesia memiliki fans Kpop NCT yang banyak adalah Indonesia berada di peringkat nomor 1 Youtube Chart Insight di akun Youtube NCT U. Fans Indonesia mencatat angka sebanyak 42,6 juta views di akun Youtube NCT U. Hal ini yang membuat peningkatan yang sangat tajam pada 12 Oktober, seiring dengan perilisan video musik NCT U “Make a Wish”.²

Dengan pencapaiannya itu, video musik NCT dianggap populer dan digemari oleh masyarakat. Hal itu membuat timbulnya dampak dari praktek tersebut yaitu terdapat perilaku komunikasi pada penonton secara berbeda-beda. Perilaku komunikasi adalah kebiasaan pribadi atau salah satu kelompok menerima atau menyampaikan pesan dengan aktif mencari informasi atau pengetahuan tentang hal-hal baru. Perilaku akan menampilkan pesan teknik dan keterampilan seseorang untuk mencapai tujuan komunikasi, membuat seseorang yang mengatur teknik komunikasi secara verbal maupun nonverbal.

Beberapa perilaku komunikasi terlihat pada saat peneliti melakukan pra penelitian di Universitas Nasional, yaitu lagu Korea lebih sering didengar dibandingkan lagu penyanyi dari Indonesia, hal itu terlihat pada playlist lagu di handphone mereka. Lagu dari penyanyi Korea yang mereka idolakan yang setiap hari mereka dengarkan. Perilaku komunikasi yang terlihat adalah keaktifan para mahasiswa ketika berinteraksi terhadap mahasiswa lain dalam bertukar

² Rie127, “Fans Indonesia jadi Penyumbang Views Terbanyak di Kanal Youtube NCT U”, diakses dari <https://hiburan.dreamers.id/article/92623/fans-indonesia-jadi-penyumbang-views-terbanyak-di-kanal-youtube-nct-u> , pada tanggal 2 September 2023.

informasi mengenai NCT. Selain itu, adanya bentuk perilaku komunikasi nonverbal yang ditunjukkan oleh mereka. Seperti saat sedang berinteraksi satu sama lain, mereka menirukan gerakan yang dipopulerkan oleh anggota NCT. Di lingkungan Universitas Nasional ditemukan fakta bahwa lagu Kpop sering diputar, termasuk menonton video musik NCT yang menimbulkan perilaku komunikasi dari beberapa orang yang menyukai Kpop, seperti bernyanyi, gerakan tubuh, berkomentar, dan lain-lain.

Penggemar Kpop atau biasa disebut Kpopers adalah seseorang yang menyukai dan tau banyak tentang musik Korea. Sedangkan penggemar fanatik merupakan penggemar yang rela melakukan apa saja demi mendapatkan apa yang dia suka dan dianggap benar. Fenomena remaja penggemar Kpop membuat mereka terlihat menggunakan fashion dan barang-barang yang berhubungan dengan idolanya, hal tersebut dianggap sebagai identitas bahwa mereka merupakan penggemar Kpop. Tindakan membeli merchandise Kpop dengan harga yang tidak murah juga dilakukan penggemar untuk mencapai kepuasan diri dan diakui oleh banyak orang membeli merchandise resmi dari idola yang disukai.

Rasa cinta yang begitu dalam terhadap idolanya, membuat penggemar tidak menyukai jika idola mereka dibandingkan dengan orang lain. Belum lagi, perilaku mereka mengorbankan waktunya untuk streaming video musik di youtube, mengikuti kompetisi dance, belajar bahasa korea, merayakan ulang tahun idolanya, bersedia mengantri saat penukaran tiket konser dan menonton konser bersama teman sesama penggemar atau anggota komunitas. Dengan

adanya pemikiran di atas, peneliti akan membahas perilaku komunikasi dari penggemar video musik NCT *“Make a wish”* pada mahasiswa Universitas Nasional dengan menggunakan komunikasi verbal dan nonverbal.

1.2 Rumusan Masalah

Melalui penjabaran latar belakang masalah pada sebelumnya, oleh karenanya peneliti merumuskan masalah yang akan mendasari penelitian yaitu **“Bagaimana perilaku komunikasi penggemar Kpop sebagai penonton musik video NCT *“Make a wish”* pada mahasiswa Universitas Nasional?”**

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Untuk memahami dan mendeskripsikan perilaku komunikasi penggemar Kpop sebagai penonton video musik NCT *“Make a wish”* pada mahasiswa Universitas Nasional.
- Untuk mengetahui pesan komunikasi verbal dan non-verbal fans fanatik penggemar NCT dalam mendukung NCT.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat melalui hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Kegunaan Teoritis
 - Memperluas wawasan tentang perkembangan komunikasi dalam masyarakat.

- Memberikan gambaran mengenai suatu fenomena umum yang biasa terjadi di masyarakat sebagai referensi dalam penelitian yang akan datang dari segi aspek komunikasi dan budaya.
- Kegunaan Praktis
 - Penelitian ini diharapkan dapat memberikan data dan pembahasan mengenai perilaku komunikasi penggemar kpop sebagai penonton video musik NCT “*Make a wish*”, serta memberikan pembahasan tentang faktor yang mempengaruhinya.
 - Penelitian ini bisa memberikan informasi dan referensi studi tentang pembahasan perilaku komunikasi dalam sebuah fenomena yang terkait dengan video musik di youtube dan audiens.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB 1: PENDAHULUAN

Pada Bab I terdiri atas lima sub bab yaitu latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Setelah BAB 1, penyusunan sistematika ini kemudian dilanjutkan dengan BAB II yang berisikan penelitian terdahulu, landasan teori, kerangka pemikiran, serta model kerangka pemikiran.

BAB III: METODELOGI PENELITIAN

BAB III, merupakan bab yang akan menjelaskan mendalam mengenai metode penelitian, teknik pengumpulan data, informan penelitian, teknik keabsahan data, serta teknik analisa data yang digunakan penelitian ini.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab IV merupakan bagian dari laporan penelitian yang berfokus pada pengumpulan data dan analisis yang sesuai dengan temuan yang ditemukan di lapangan, menjelaskan deskripsi wilayah penelitian, profil informan penelitian, pembahasan dan temuan yang telah dikumpulkan akan dihubungkan dengan teori.

BAB V: PENUTUP

BAB V merupakan penutup dari laporan penelitian dan menjadi bagian penting untuk memberikan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan serta memberikan panduan bagi penelitian lanjutan di masa mendatang.

