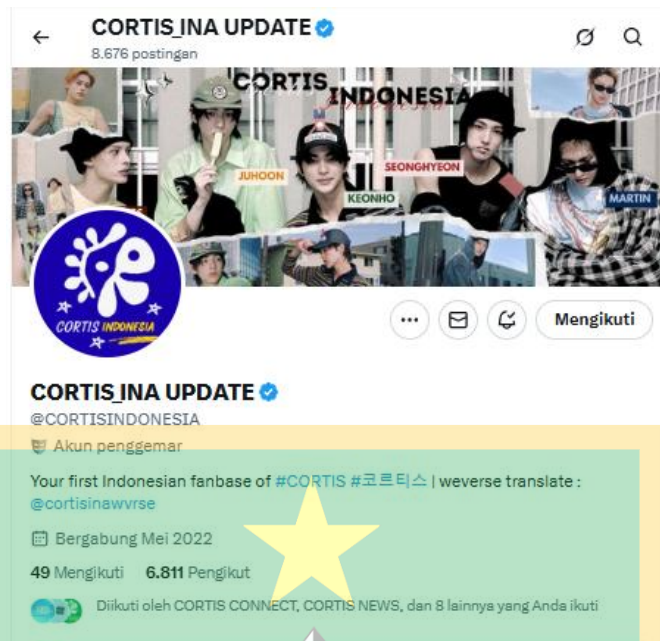


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Akun *fanbase* @CORTISINDONESIA di platform media sosial X merupakan salah satu bentuk media penggunaan (*media use*) yang digunakan oleh penggemar CORTIS (COER) untuk membangun identitas pribadi, integrasi sosial, memperoleh konten hiburan yang memuaskan kebutuhan emosional penggemar dan membantu mereka mengurangi ketegangan (stres maupun rasa jenuh), serta memperoleh informasi aktivitas grup *K-Pop* pendatang baru, CORTIS, yang terdiri dari lima anggota: Martin, James, Juhoon, Seonghyeon, dan Keonho. *Fanbase* ini mulai aktif sejak Agustus 2025 dan berperan dalam menyediakan pembaruan kegiatan, menerjemahkan konten, serta membagikan materi hiburan seperti foto dan cuplikan *video*. Selain itu, akun ini juga menyediakan informasi yang berkaitan dengan aktivitas *fandom* seperti *voting* dan *project streaming* yang dapat diakses penggemar sebagai rujukan dalam keterlibatan mereka mengikuti perkembangan CORTIS. Tingginya frekuensi unggahan menunjukkan adanya komitmen *fanbase* dalam menyediakan informasi maupun hiburan alternatif bagi penggemar, terutama pada fase awal perkembangan *fandom* yang masih terbentuk.



Gambar 1.1 Akun X Fanbase @CORTISINDONESIA

Penggunaan akun *fanbase* @CORTISINDONESIA sebagai sumber informasi dan hiburan muncul karena CORTIS, sebagai grup *K-Pop* baru, belum mendapatkan perhatian yang cukup dari promosi resmi. Dalam penelitian ini, yang akan dibahas adalah bagaimana penggemar mengonsumsi konten yang disediakan oleh akun ini untuk memenuhi lima kebutuhan mereka, yaitu kebutuhan informasi (kognitif), hiburan (afektif), integrasi sosial, integrasi personal, dan pelepasan ketegangan (*escapism*). Penggemar tidak hanya mengakses konten, tetapi juga terlibat dalam berbagai kegiatan seperti *voting* dan *streaming*, yang berfokus pada bagaimana mereka mendapatkan kepuasan dari penggunaan akun *fanbase* ini, bukan pada interaksi sosial antar penggemar.

Akun *fanbase* @CORTISINDONESIA berfungsi untuk menyebarkan informasi dan hiburan yang lebih cepat dan terkurasi. Penggemar mengonsumsi konten dari akun ini untuk memenuhi lima kategori kebutuhan mereka: kebutuhan informasi (kognitif), hiburan (afektif), integrasi sosial, integrasi personal, dan pelepasan ketegangan (*escapism*). Fokus penelitian ini adalah bagaimana penggemar mendapatkan kepuasan dari penggunaan akun ini untuk memenuhi kebutuhan tersebut, bukan pada interaksi sosial antara penggemar. Oleh karena itu, fenomena

komunikasi yang terjadi lebih berkaitan dengan peran akun dalam memenuhi kebutuhan media penggemar, serta bagaimana akun ini berperan dalam membentuk pengalaman emosional dan keterlibatan *fandom*, serta mengurangi ketegangan seperti stres maupun rasa jenuh. Dalam beberapa pemberitaan media seperti JawaPos, Allkpop, dan Koreaboo strategi promosi agensi dinilai kurang maksimal sehingga eksposur publik terhadap grup belum terbentuk secara kuat. Kondisi keterbatasan promosi dan informasi resmi tersebut mendorong penggemar mencari sumber alternatif yang dianggap lebih responsif dalam menyediakan pembaruan kegiatan dan konten hiburan. Pada situasi seperti ini, penggemar berpotensi mengandalkan *fanbase* sebagai media penggunaan alternatif untuk mengurangi ketidakpastian informasi dan hiburan, sekaligus memenuhi kebutuhan integrasi sosial, yaitu hubungan dengan komunitas penggemar lain, kebutuhan integrasi personal, yang terkait dengan kredibilitas dan status sosial dalam *fandom*, serta kebutuhan pelepasan ketegangan (*escapism*), yang memberikan penggemar pelarian dari rutinitas dan ketegangan sehari-hari melalui keterlibatan dalam dunia hiburan dan aktivitas *fandom*. Konsep ketergantungan media (*media dependency*) dapat digunakan untuk menjelaskan kecenderungan audiens menggunakan sumber media tertentu ketika akses terhadap informasi yang dibutuhkan dari sumber resmi dirasakan terbatas.

Dalam perspektif *uses and gratifications*, penggemar dipandang sebagai audiens aktif yang memilih media tertentu untuk memenuhi kebutuhan spesifik dan memperoleh kepuasan tertentu. Penggunaan akun *fanbase @CORTISINDONESIA* dalam penelitian ini diposisikan sebagai media informasi atau hiburan yang digunakan penggemar untuk memenuhi kebutuhan media, meliputi kebutuhan kognitif (informasi), afektif (hiburan dan pengalaman emosional), integrasi personal (penguatan status sosial sebagai penggemar), integrasi sosial dalam konteks keterlibatan *fandom*, serta pelepasan ketegangan (*escapism*). Integrasi sosial dalam penelitian ini dipahami sebagai kebutuhan audiens untuk merasa terhubung dan menjadi

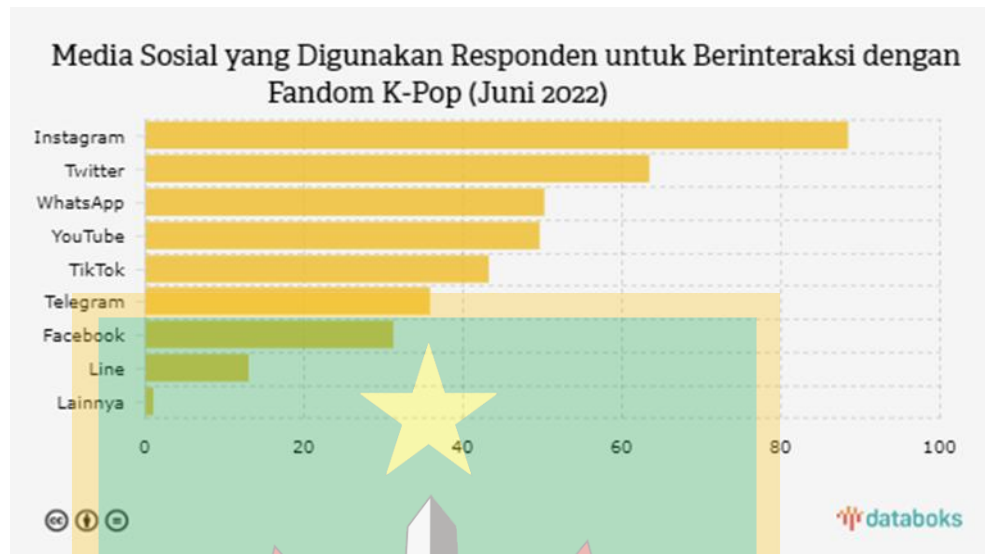
bagian dari *fandom* melalui akses informasi dan partisipasi berbasis konten, bukan sebagai analisis interaksi atau percakapan antar pengguna.



Gambar 1.2 Boy Grup CORTIS

Pemilihan kelima kategori kebutuhan ini relevan dengan konteks *fandom* yang masih berkembang, di mana penggemar tidak hanya mengonsumsi konten, tetapi juga berusaha terlibat secara emosional dan sosial. Mengingat bahwa CORTIS adalah grup *K-Pop* pendatang baru dengan promosi yang terbatas, penggemar cenderung lebih bergantung pada sumber informasi alternatif seperti akun *fanbase*. Kebutuhan kognitif dan afektif mendominasi pada tahap awal ini karena penggemar mencari informasi yang dapat memuaskan rasa ingin tahu mereka, sekaligus mendapatkan hiburan emosional dari konten yang disediakan. Kebutuhan integrasi sosial dan integrasi personal muncul karena penggemar merasa lebih terhubung dengan sesama anggota *fandom* dan memperkuat identitas mereka sebagai bagian dari komunitas penggemar CORTIS. Sedangkan, kebutuhan escapism menjadi penting bagi penggemar untuk melarikan diri dari rutinitas sehari-hari melalui keterlibatan dalam dunia hiburan dan kegiatan yang berhubungan dengan CORTIS. Dengan demikian, fokus analisis diarahkan pada bagaimana kebutuhan tersebut mendorong penggunaan media dan bagaimana kepuasan penggunaan terbentuk dari

pengalaman penggemar dalam memanfaatkan akun *fanbase*, bukan pada analisis proses komunikasi interpersonal antar pengguna.



Media sosial X menjadi salah satu platform yang banyak digunakan *fandom K-Pop* di Indonesia. Berdasarkan laporan Katadata Insight Center (2022), 63,3% penggemar *K-Pop* di Indonesia menggunakan X sebagai sumber informasi utama terkait idola mereka. Selain itu, laporan *We Are Social* (2025) menunjukkan jumlah pengguna media sosial di Indonesia mencapai 143 juta, yang menegaskan bahwa media sosial merupakan ruang dominan dalam konsumsi informasi. Karakteristik X yang bersifat *real-time*, didukung fitur seperti *retweet*, *hashtag*, dan *trending topic*, menjadikan platform ini efektif untuk menyediakan pembaruan cepat dan distribusi konten yang dibutuhkan penggemar. Dalam konteks ini, akun *fanbase* seperti @CORTISINDONESIA berpotensi menjadi rujukan alternatif bagi penggemar untuk memperoleh informasi dan hiburan terkait CORTIS secara lebih cepat dan terkurasi.

memperoleh kepuasan penggunaan media pada fase awal *fandom*. Fokus ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada kajian *uses and gratifications* dalam konteks *fandom* digital yang masih bertumbuh.

Pemilihan CORTIS sebagai objek penelitian didasarkan pada posisinya sebagai bagian dari generasi kelima *K-Pop* dengan promosi *debut* yang dinilai belum optimal sehingga distribusi informasi resmi belum merata. Situasi tersebut menjadikan *fanbase* memiliki peran lebih besar sebagai rujukan alternatif bagi penggemar dalam memperoleh pembaruan dan konten hiburan. Selain itu, sebagai grup baru, dinamika perkembangan *fandom* CORTIS masih relatif baru sehingga memberikan ruang analisis yang relevan mengenai bagaimana media sosial digunakan untuk memenuhi kebutuhan dan membentuk kepuasan penggunaan media pada fase awal *fandom*.

Sejalan dengan fokus penelitian, analisis dilakukan melalui pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai pengalaman penggemar dalam menggunakan akun @CORTISINDONESIA, kebutuhan yang ingin dipenuhi, serta kepuasan penggunaan media yang mereka rasakan. Pemilihan metode studi kasus dalam penelitian ini juga didorong oleh keunikan objek penelitian, yaitu *fanbase* CORTIS yang masih dalam tahap awal perkembangan. *Fanbase* ini memainkan peran penting dalam menyediakan informasi dan hiburan karena keterbatasan promosi resmi pada tahap awal *debut* grup.

Studi kasus memungkinkan peneliti untuk menggali fenomena yang spesifik dan mendalam terkait bagaimana akun *fanbase* @CORTISINDONESIA digunakan oleh penggemar untuk memenuhi kebutuhan informasi, hiburan, dan keterlibatan sosial. Melalui studi kasus, peneliti dapat menganalisis secara lebih rinci bagaimana media sosial berfungsi dalam konteks *fandom* yang baru berkembang, serta bagaimana media alternatif seperti akun *fanbase* berperan sebagai pengganti atau pelengkap sumber informasi resmi yang terbatas. Penelitian ini tidak

diarahkan untuk menganalisis dinamika komunikasi interpersonal atau interaksi sosial antar pengguna, melainkan menempatkan akun *fanbase* sebagai media informasi atau hiburan yang digunakan audiens.

Fokus utama penelitian adalah pada pengalaman penggemar dalam menggunakan akun @CORTISINDONESIA untuk memenuhi lima kebutuhan mereka: informasi, hiburan, integrasi sosial, integrasi personal, dan pelepasan ketegangan. Penelitian ini akan menganalisis bagaimana penggemar merasa puas dengan pengalaman mereka dalam mengakses konten dari akun ini, sesuai dengan kerangka *uses and gratifications*.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini berupaya menganalisis bagaimana penggunaan akun X @CORTISINDONESIA oleh penggemar CORTIS (COER) dalam memenuhi kebutuhan dan memperoleh kepuasan penggunaan media dapat dijelaskan melalui kerangka *uses and gratifications*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

Bagaimana penggunaan akun @CORTISINDONESIA oleh penggemar CORTIS (COER) dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasan melalui kerangka *Uses and Gratifications*?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

Untuk menganalisis bagaimana penggunaan akun @CORTISINDONESIA oleh penggemar CORTIS (COER) dapat memenuhi kebutuhan mereka dan memperoleh kepuasan melalui kerangka *Uses and Gratifications*.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan pada kajian teori Uses and Gratifications (U&G) dalam konteks penggunaan akun *fanbase* di platform media sosial X, dengan fokus pada pemenuhan kebutuhan dan pembentukan kepuasan pengguna dalam *fandom K-Pop* yang masih berkembang.

Penelitian ini juga berpotensi untuk memperluas pemahaman tentang bagaimana penggemar menggunakan *fanbase* sebagai media alternatif untuk memperoleh informasi dan hiburan pada fase awal perkembangan *fandom*, serta menganalisis peran *fanbase* dalam membentuk pengalaman emosional dan sosial bagi penggemar yang bergantung pada akun tersebut.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat praktis, antara lain bagi pengelola *fanbase* @CORTISINDONESIA untuk memahami kebutuhan penggemar dan menyajikan konten yang lebih sesuai dengan preferensi audiens, sehingga meningkatkan keterlibatan dan kepuasan pengguna. Bagi penggemar CORTIS (COER), penelitian ini membantu mereka memahami pola penggunaan *fanbase* serta sejauh mana akun ini memenuhi kebutuhan informasi dan hiburan mereka. Selain itu, penelitian ini juga memberikan bahan evaluasi bagi pihak resmi CORTIS untuk meningkatkan strategi komunikasi dan distribusi konten guna memenuhi kebutuhan penggemar, khususnya pada fase awal *debut*. Terakhir, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan kajian mengenai penggunaan *fanbase* dalam kerangka Uses and Gratifications pada *fandom* yang sedang berkembang.

1.5 Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini disusun dengan sistematika sebagai berikut:

- **BAB I Pendahuluan**, menjelaskan latar belakang, rumusan masalah, tujuan, manfaat, dan sistematika penulisan.
- **BAB II Tinjauan Pustaka**, berisi penelitian terdahulu, konsep teoritis yang digunakan (Uses and Gratifications, media sosial X, media penggunaan, *fanbase* sebagai media informasi atau hiburan, dan penggemar (*fandom*), serta kerangka pemikiran.
- **BAB III Metodologi Penelitian**, menjelaskan paradigma penelitian, pendekatan dan jenis penelitian, metode (studi kasus), teknik pengumpulan data, teknik pemilihan informan, teknik analisis data, keabsahan data, serta lokasi dan jadwal penelitian.
- **BAB IV Hasil dan Pembahasan**, memaparkan temuan penelitian berdasarkan wawancara, observasi, dan dokumentasi, serta pembahasan mengenai penggunaan akun X @CORTISINDONESIA oleh penggemar CORTIS (COER) dalam memenuhi kebutuhan dan memperoleh kepuasan penggunaan media berdasarkan kerangka Uses and Gratifications.
- **BAB V Penutup**, berisi kesimpulan yang menjawab rumusan masalah serta saran yang berkaitan dengan penelitian ini.