

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Konteks Penelitian

Pada zaman modern ini, pertukaran informasi sudah tidak sesulit seperti dahulu lagi. Semuanya bias diakses hanya dengan mengetuk layar ponsel atau smart phone saja. Mulanya informasi dapat diperoleh dari situs pencarian dan blog-blog di internet, namun sekarang media sosial menjadi tempat berbagi informasi selain yang digemari masyarakat karena aksesnya yang cenderung lebih mudah.

Banyak media sosial yang diakses jutaan orang dalam setiap detiknya seperti instagram, twitter, facebook dan lain sebagainya. Media sosial ini tidak hanya tempat untuk berkomunikasi dengan kerabat saja namun banyak orang-orang yang memanfaatkannya untuk berbagi informasi seperti kesehatan, info kemacetan dan lain sebagainya.

Media lain yang digemari orang-orang diantaranya adalah Youtube dimana kita dapat berbagi informasi dan hiburan melalui sebuah video. Di Youtube juga kita dapat menikmati atau melakukan siaran secara langsung dengan begitu bagi orang-orang yang ingin tahu tentang idolanya merasa lebih dekat karena artis tersebut melakukan real-time video dan dapat saling bertegur sapa.

Berbicara mengenai penggemar yang mencari tahu informasi tentang idolanya maka penggemar korea lah yang paling lekat dengan aktifitas dimana mereka aktif dalam mencari tahu informasi tentang idola-idola mereka meski tidak berada di Negara

yang sama. Informasi seperti melakukan *come back*, merilis album dan lain sebagainya menjadi kebutuhan penting bagi beberapa kelompok penggemar apalagi penggemar di luar Korea itu sendiri yang tidak terlalu mengerti bahasa Korea.

Untuk itu hadir sebuah aplikasi bernama Vlive yang menyuguhkan informasi dari artis Korea langsung untuk para penggemar mereka baik yang di dalam maupun luar *region* mereka dengan subtitle yang memuat banyak bahasa menjadi aplikasi kegemaran tersendiri bagi para penggemar Korea ini.

Hal yang membedakannya dari situs atau aplikasi social lainnya adalah pembuat kontennya itu sendiri jika pembuat konten di Youtube bisa dilakukan oleh siapa saja, di V live hanya artis Korea saja yang bisa membuat konten itu pun tidak semua, hanya artis yang namanya sudah besar atau terkenal saja, sehingga aplikasi ini menjadi begitu spesial di mata para penggemarnya.

V live sendiri tidak hanya berbentuk sebuah aplikasi yang harus diunduh di playstore atau appstore saja namun bisa diakses melalui website internet tanpa harus sign in atau mendaftarkan akun anda. Namun apabila anda *sign in account* maka akan mendapatkan fitur yang lebih seperti dapat berkomentar dan mengikuti *channel* atau saluran kegemaran anda.

Sama seperti media video lainnya, V live juga menyediakan fitur *discover* (pencarian) berisi konten-konten umum yang baru saja diunggah. Ada pula *tab feed* yang berisi *update* dari saluran yang sudah diikuti dan masih banyak lagi fitur-fitur yang dapat dinikmati penggunanya

Menariknya aplikasi ini tidak terlihat atau ramai seperti aplikasi lain pada umumnya tetap sejak peluncuran pertamanya yaitu tanggal 1 Agustus 2015 hingga Agustus 2018 saja sudah didownload 57 juta kali dari seluruh dunia. Dalam waktu yang cukup singkat, pertumbuhan aplikasi ini cukup pesat. Korea Selatan memang menjadi pengguna terbanyak namun selain itu, Filipina ternyata memiliki basis pengguna yang paling besar, baru kemudian diikuti oleh Jepang dan Amerika Serikat. Sementara itu, pengguna dari Cina adalah yang paling banyak memberikan balasan dalam konten, mengindikasikan bahwa mereka adalah pengguna yang aktif.

Di Tahun 2019 awal berdasarkan data dari Alexa, 18% pengguna datang dari Korea Selatan, 9.4% datang dari China, 8.5% dari Amerika Serikat, 5.9% dari Indonesia, dan 5.7% datang dari Thailand. Apabila dijumlahkan dari 10 juta pendownload di dunia maka di Indonesia terdapat sekitar 590.000 pengguna aplikasi. Namun, v live maju pesat ddi tahun yang sama, , "Pengguna V LIVE di seluruh dunia paling banyak berusia 14 sampai 24 tahun. Di Indonesia sendiri setelah dilihat datanya, kira-kira ada 20 juta pengguna untuk rentang usia tersebut," kata Sky Lee seorang Leader Tim V live yang mengurus V live Indonesia. Bukan cuma itu, salah satu alasan V LIVE menginjakkan kaki di Indonesia karena melihat potensi besar dari pelaku industry hiburannya. pengguna V Live di Indonesia pun tak bisa dianggap sepele.

Indonesia adalah negara yang paling banyak memfollow channel yang dikelola oleh para selebriti. Dalam aplikasi ini, fans pun secara sukarela menerjemahkan konten-konten ke dalam 58 bahasa, misalnya Perancis, Arab dan Turki. Ini

membuktikan bagaimana mengglobalnya V Live sekaligus populernya K-Pop di luar Korea Selatan.

Seiring perkembangannya Naver meluncurkan fitur berbayar dimana penonton dapat menonton konten secara premium. Selain itu terdapat pula *Fanship* dimana pengguna dapat merasakan aktifitas fan yang berbeda dengan mendapatkan benefit tertentu. Seperti tiket untuk *fan meeting*, *goods official* yang diberikan karena sudah menjadi *Fanship*, serta memiliki hak keanggotaan atau fans secara resmi.

Satu tahun menjadi anggota CH+ berbiaya 26.400 Won (sekitar 340 ribu), sedangkan perbulannya 3.300 Won (sekitar 42 ribu). Perhitungan tahun 2018 kemarin, CH+ telah memiliki hampir 160.000 subscriber. Lebih dari satu setengah tahun terakhir, transaksi berbayar sudah melebihi angka 23 miliar Won (sekitar 296 miliar Rupiah). Para pengguna pun banyak yang rela membeli CH+ ini demi menonton artis kesayangan mereka. Hal ini menjadikan selain iklan, pembelian atau *top up* yang dilakukan oleh *user* atau pengguna menjadi pemasukan yang sangat diperhitungkan.

Hal itu lah yang menjadikan penggunaan media ini menjadi sebuah fenomena dan trend tersendiri dikalangannya, tak hanya remaja saja namun dewasa pun banyak yang menggunakan aplikasi ini. Maka dari itu dari fakta-fakta diatas, penulis merasa tertarik dan mengajukan judul ***“Penggunaan Vlive Di Kalangan Masyarakat Kota Bandung”***

1.2 Foukus Penelitian

Berdasarkan pemaparan di atas, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana motif penggunaan V Live oleh remaja kota bandung.
2. Bagaimana Perilaku sosial penggunaan V Live oleh remaja kota bandung.
3. Bagaimana para masyarakat di Kota Bandung memaknai pengguna V Live.

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai salah satu syarat ujian sidang Strata 1 (S1) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan Bandung, jurusan Ilmu Komunikasi dengan Konsentrasi PR (*Public Relations*) serta mengetahui untuk mengetahui dan menganalisis penggunaan media vlive di kalangan masyarakat kota Bandung. Adapun uraiannya sebagai berikut:

1. Tujuan dan kegunaan penelitian ini adalah untuk mengetahui fenomena penggunaan media Vlive di kalangan remaja kota Bandung
2. Untuk mengetahui dan menganalisis motif media vlive dalam mempengaruhi remaja kota Bandung
3. Untuk mengetahui dan menganalisis perilaku yang ditimbulkan dari penggunaan media vlive di kalangan remaja kota Bandung
4. Untuk mengetahui dan menganalisis makna yang ditimbulkan dari penggunaan media vlive dikalangan remaja kota Bandung

1.3.2 Kegunaan Penelitian

a. Kegunaan Teoretis

Hasil penelitian ini secara teoretis, diharapkan dapat menjadi bahan tunjangan keilmuan tentang penggunaan media sosial serta perkembangannya dalam memberikan fitur-fitur yang menarik kelompok tertentu serta bagaimana kecenderungan kegemaran suatu kelompok dapat mempengaruhi fenomena dan trend yang beredar.

b. Kegunaan Praktis

Untuk menambah wawasan mengenai bagaimana media mempengaruhi golongan tertentu sehingga menjadi sebuah fenomena dan bagaimana masyarakat dapat tertarik kepada sebuah media dan apa dampak positif dan negatif bagi penggunaannya.