

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Sejak dunia *entertainment* dikenal dinegaranya maupun di kancah internasional terutama melalui aliran musiknya pihak saluran televisi Korea Selatan banyak melakukan sistem *voting* untuk suatu nominasi bagi *boy group* dan *girl group* yang ada. Pihaknya banyak mengeluarkan aplikasi khusus untuk *voting* artis seperti *Mubeat*, *Star Play*, *Idol Champ*, *Whosfan*, *FanPlus*, *Choeadol*, *Mwave*, dan *Thekking*. Namun seiring waktu tidak sedikit beberapa nominasi baik *boy group* maupun *girl group* dilakukan melalui situs web resmi.

Tidak menutup kemungkinan *fans* banyak mendukung idolanya dengan melakukan berbagai macam cara. Dimasa modern ini tentu kalangan *fans* dapat dengan mudah mendukung idolanya melalui media sosial. Dengan penyebaran informasi yang cepat memudahkan para *fans* untuk mengetahui seperti apa informasi, kegiatan, dan kejuaraan sang idola di negara tersebut. Salah satunya dalam mendukung kemenangan idola di berbagai kategori nominasi ajang penghargaan baik yang ditayangkan disalah satu saluran televisi maupun nominasi melalui sistem *voting* pada web resmi salah satu instansi hiburan.

Saat ajang penghargaan akan diselenggarakan, penggemar akan beramai-ramai memilih idolanya agar menang pada suatu ajang penghargaan. Tetapi tidak semua acara musik mengadakan *voting* dalam pemilihan pemenang, jika mengadakan *voting*pun, *voting* tersebut hanya berpartisipasi beberapa persen

saja dan ada beberapa faktor lainnya yang menentukan siapa yang akan menjadi pemenang (Ulfa, 2019).

Fanbase merupakan istilah bagi perkumpulan penggemar *K-Pop* yang menyukai salah satu *boy group* atau *girl group* yang difokuskan untuk mendukung idolnya baik melalui perilisan dan pembelian *merchandise*, penyelenggaraan acara mengenai idol tersebut, juga tombak penggerak bagi suksesnya *voting fans* agar idol menang dalam suatu nominasi acara.

Dunia *Hallyu* atau *Korean-Pop* sudah bukan hal yang awam bagi masyarakat Indonesia terutama bagi para kalangan remaja hingga kalangan dewasa saat ini. *K-Pop* sendiri merupakan istilah budaya populer Korea yang telah masuk ke negara Indonesia. Banyaknya budaya *K-Pop* yang masuk ke negara Indonesia menjadi salah satu alasan bagi para kalangan remaja hingga dewasa untuk memilih dan menyukai budaya *K-Pop* mana yang dirasa dapat dijadikan media hiburan atau penyemangat bagi masing-masing kalangan.

Budaya *K-Pop* masuk ke negara Indonesia sejak tahun 2000-an. Awal mula budaya Korea masuk ke negara Indonesia yaitu dengan adanya penayangan drama Korea disalah satu saluran televisi Indonesia yang amat populer saat itu. Proses penyebaran budaya Korea di Indonesia semakin berkembang seiring berjalannya waktu dengan adanya beragam teknologi dan media yang mendukung proses penyebarannya. Budaya Korea telah banyak masuk ke kehidupan sehari-hari banyak orang Indonesia, khususnya kaum wanita.

Penyebaran budaya Korea yang cepat dan meluas tersebut didukung oleh perkembangan teknologi yang maju sekarang ini seperti internet dan media sosial. Tak hanya dramanya saja, musik *K-Pop* pun juga masuk di Indonesia yang juga sukses dikalangan remaja, hal ini karena genre yang disuguhkan beragam serta ketampanan, kecantikan, dan fashion yang menarik yang ditampilkan dari bintang-bintang idol juga menjadikan musik *K-Pop* ini digemari oleh masyarakat (Achsanty, 2021).

Fans atau penggemar biasanya memiliki komunitas khusus yang memungkinkan mereka untuk berkumpul, berbagi informasi secara beramai-ramai. Komunitas ini biasanya dibuat oleh salah satu penggemar yang menyukai idola. Komunitas ini juga dibuat untuk mempersatikan para penggemar yang menyukai idola yang sama. Tidak hanya melalui komunitas tersebut mereka juga akan menyebarkan informasi melalui beberapa media seperti internet, media sosial yang membicarakan banyak hal tentang idola tersebut (Puspitasari, 2013).

Fandom atau komunitas *fans* dianggap sangat penting dalam perkembangan karier suatu idola. *Fandom* juga dianggap penting dalam menyamaratakan informasi terkait idolanya kepada *fans* umum lainnya. Dimulai dari jadwal idola, profil anggota idola tersebut, hal-hal apa saja yang harus dilakukan *fans* yang tergabung dalam fandom tersebut untuk mendukung idolanya, seputar informasi kegiatan idola, pemotretan idola, hingga acara-acara penghargaan yang sedang melibatkan idolanya.

Seperti dalam kegiatan penghargaan tim *fanbase* didalam *fandom* tersebut akan semaksimal mungkin menyampaikan informasi terkait penghargaan yang sedang dilaksanakan. Informasi yang telah disampaikan oleh *fanbase* tersebut akan menjadi penentu bagi *fans* apakah mereka akan melaksanakan *voting* yang telah diarahkan tim *fanbase* atau tidak. Apakah tim *fanbase* telah berhasil menarik perhatian *fans* untuk melakukan *voting* atau tidak maka peran tim *fanbase* sangat penting. Hal ini juga termasuk dalam dukungan yang dilakukan oleh *fans* dan kumpulan penggemar kepada idola yang disukainya.

Boy group ENHYPEN merupakan grup musik asal Korea Selatan yang beranggotakan tujuh orang asal *BE:LIFT Lab Entertainment*. Memulai karir sejak tahun 2020 pada bulan November tanggal 30. Sejak diresmikan memulai karir ENHYPEN telah banyak menoreh prestasi mulai dari tingginya penjualan album hingga tingginya pembelian *merchandise*. Didukung oleh antusiasme *fans* atau penggemar yang tinggi *boy group* ENHYPEN juga memenangkan banyak kategori nominasi *awards* dalam beberapa program. Terbilang belum lama memulai karir dikancah industri musik *boy group* ENHYPEN dikatakan sangat sukses dengan antusiasme *fans* yang sangat tinggi.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, menjelaskan bahwa antusiasme *fans* atau penggemar yang tinggi dapat mendukung karier idola terutama dalam menoreh prestasi. Maka dari itu peneliti mengangkat judul **“INTERAKSI FANBASE BOY GROUP ENHYPEN MENGENAI SISTEM VOTING TOP TEN AWARDS 2021”** sebagai bahan acuan penelitian dengan mewawancarai 1 admin *fanbase* @Enhypen.up, 5 orang *fans*

atau penggemar yang mengikuti akun *fanbase* @Enhypen.up, dan 1 informan akademisi dosen Universitas Pasundan.

1.2. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas maka yang menjadi fokus penelitian ini ialah “Bagaimana interaksi *fanbase boy group* ENHYPEN kepada *fans* mengenai sistem *voting Top Ten Awards 2021*”. Serta untuk menjawab fokus penelitian tersebut terdapat beberapa pertanyaan penelitian, yaitu :

- 1) Bagaimana interaksi antara admin *fanbase* akun instagram @Enhypen.up pada *fans* dalam proses *voting Top Ten Awards 2021*. Sehingga para *fans* dapat tergerak untuk melakukan proses *voting* ajang penghargaan *Top Ten Awards 2021*.
- 2) Dari proses interaksi yang dilakukan bagaimana timbal balik yang didapat oleh admin *fanbase* @Enhypen.up mengenai hasil *voting Top Ten Awards 2021*.
- 3) Bagaimana tindakan yang dilakukan oleh *fans* dalam proses *voting Top Ten Awards 2021*.

1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

Tujuan adanya penelitian ini yakni untuk memenuhi salah satu syarat sidang ujian Sarjana Strata Satu (S1) Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan Bandung, selain itu penelitian ini

juga bertujuan agar dapat menjawab pertanyaan yang telah disebutkan sebelumnya pada fokus penelitian, diantaranya :

- 1) Mengetahui seperti apa interaksi yang dilakukan *fanbase* @Enhypen.up dalam mengajak para penggemar atau *fans* dalam mengikuti *voting Top Ten Awards 2021*?
- 2) Dari proses interaksi yang dilakukan bagaimana timbal balik yang didapat oleh admin *fanbase* @Enhypen.up mengenai hasil *voting Top Ten Awards 2021*.
- 3) Bagaimana tindakan yang dilakukan oleh *fans* dalam proses *voting Top Ten Awards 2021*.

1.3.1. Tujuan Teoritis

Dengan dilaksanakannya penelitian ini, penulis berharap dapat menjelaskan dan memberikan informasi kepada pembaca terutama dalam aspek wawasan dan ilmu terkait bidang komunikasi yang dilakukan oleh admin *fanbase* terhadap *fans* dalam *melakukan voting Top Ten Awards 2021*.

1.3.2. Kegunaan Penelitian

1.3.2.1. Kegunaan Teori

Dengan dilaksanakannya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis terutama dalam bidang komunikasi persuasif antara admin *fanbase* dengan *fans* dalam melakukan *vote awards*, diantaranya :

- 1) Dalam pengembangan ilmu pengetahuan dapat memberikan suatu karya penelitian baru yang dapat mendukung pengembangan sistem informasi.
- 2) Dapat menambah wawasan bagi pembaca terutama dalam bidang komunikasi persuasif yang dilakukan oleh admin fanbase terhadap fans dalam melakukan proses voting dalam ajang penghargaan.
- 3) Sebagai acuan atau referensi bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian yang sama.

1.3.2.1. Kegunaan Praktis

Dibawah ini merupakan kegunaan praktis dengan dilaksanakannya penelitian ini yaitu sebagai berikut :

- 1) Bagi peneliti penelitian ini memberikan kegunaan berupabentuk pengaplikasian ilmu yang telah di dapatkan selama masa studi khususnya pada bidang komunikasi persuasif.
- 2) Bagi lingkungan akademik penelitian yang telah dilaksanakan dapat dijadikan bahan referensi bagi pembaca.
- 3) Bagi pembaca penelitian ini dapat dijadikan suatu bahan acuan dan referensi dalam bidang komunikasi maupun untuk melakukan penelitian sejenis.