

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Di zaman modern, kita dapat menemukan apa yang kita butuhkan, sehingga budaya asing dengan cepat diimpor dan menyebar ke seluruh dunia. Dengan berkembangnya zaman budaya, masyarakat tidak dapat dipisahkan karena peran masyarakat itu sendiri secara tidak langsung turut serta dalam penyebarannya melalui media massa. Korean Wave adalah salah satu budaya pop yang sangat global dan sangat cepat menyebar, mulai dari industri musik, film, dan fashion yang digunakan. Padahal, budaya pop identik dengan produksi dan konsumsi barang yang hanya dimotivasi oleh pencarian keuntungan. (Nisrina et al, 2020) Musik pop Korea adalah genre musik populer yang berasal dari negara ginseng Korea Selatan. Tidak sedikit remaja di Indonesia yang menyukai dunia musik K-pop.

"Hallyu" atau "Korean Wave" adalah ungkapan penyebaran global budaya populer Korea di berbagai negara, atau singkatnya globalisasi budaya Korea (Shim, 2006). Gelombang budaya pop Korea adalah fenomena yang menyebar ke Asia Tenggara, Cina, dan Jepang. Citra bangsa Korea semakin ditingkatkan dengan Festival Piala Dunia 2002. SGelombang itu dimulai dengan meningkatnya

popularitas bintang pop Korea di luar negeri, yang baru-baru ini dipicu oleh popularitas serial drama Korea (Korea Tourism Foundation, 2002).

Berawal dari ketertarikan penggemar drama terhadap soundtrack drama favoritnya, semakin lama mereka belajar tentang musik pop Korea. Musik pop Korea atau Korean pop music (K-POP) adalah genre musik populer yang berasal dari Korea. Secara umum, musik yang termasuk dalam genre K-POP terinspirasi dari gaya musik lain seperti pop Barat, rock, jazz, R&B, elektronik, dan rap. Bentuk yang lebih modern dari genre ini diluncurkan oleh grup K-pop Seo Taiji and Boys, lahir pada tahun 1992.

Musik grup ini membantu membentuk dan memodernisasi kancah musik di Korea Selatan. Industri hiburan Korea saat ini sedang berada di puncak popularitasnya. Asia adalah salah satu pendukung terbesar penggemar K-POP di seluruh dunia dengan tidak kurang dari 70,59 juta anggota. Pada 2012, lagu Psy Gangnam Style, seorang penyanyi Korea, mengalahkan penyanyi Hollywood Taylor Swift ke puncak tangga lagu Billboard 50. Video yang diunggah ke YouTube sejak 15 Juli 2012 ini merupakan video pertama yang mencapai 500.000.000 penayangan hanya dalam waktu tiga bulan. Pada tanggal 20 September 2012, Gangnam Style dimasukkan dalam *Guinness Book of World Records* sebagai video yang paling banyak dilihat dalam sejarah YouTube. Lagu Gangnam Style juga menduduki puncak tangga lagu iTunes di 31 negara termasuk

AS, Inggris, Australia, dan Kanada. Sejak saat itu, K-POP menjadi terkenal di dunia dan memiliki banyak penggemar.

Fenomena tersebut juga menyebar ke masyarakat Indonesia, terutama di kalangan anak muda. Antusiasme anak muda akan kedatangan K-POP di Indonesia membuat musik ini bisa diterima masyarakat. Kemampuan menari dan menyanyi, lagu-lagu yang catchy ditambah dengan tingkah laku yang fashionable adalah yang menarik perhatian. Karena daya tarik inilah banyak orang Indonesia yang mencari jenis musik ini. Salah satu produk K-POP yang paling terkenal adalah grup idola atau boy band / girl grup yang lebih umum didengar. Biasanya grup musik ini beraliran pop atau R&B. Fenomena grup idola atau boy band/girl band adalah salah satu daya tarik terbesar K-POP. Tarian dan nyanyian dari masing-masing anggota serta penambahan wajah imut/cantik membuat para penonton terutama anak muda sangat menyukai mereka bahkan terobsesi dengan grup tertentu. Bigbang, Super Junior, Black Pink, TXT, Enhypen dan BTS adalah salah satu produksi grup idola paling sukses di industri hiburan global.

BTS (Bangtan Seoyeondan/Bangtan Boys) 방탄소년단 adalah boy band Korea Selatan yang saat ini berada di puncak popularitasnya. BTS menduduki puncak grup idola terpopuler tahun 2018 dengan penjualan album sebesar 33,25 miliar won Korea (KRW) atau 416,4 triliun rupiah. Pada bulan September 2018,

BTS berkolaborasi dengan salah satu penyanyi dan rapper Amerika paling terkenal yaitu Nicky Minaj untuk single "Idol". Melihat kesuksesan mereka, tidak heran jika boyband ini memiliki banyak penggemar, terutama anak muda. Penggemar adalah seseorang yang menyukai barang atau orang tertentu.

Penggemar lebih dikenal sebagai fans. Istilah ini sering digunakan untuk orang yang memiliki hubungan dengan seseorang atau fenomena. Fans berasal dari kata latin "fanaticus" berarti "berasal dari sebuah pemujaan, pelayan suatu pemujaan; seorang pengikut" (of or belonging temple, a temple servant, a devote) (Jenkins, 1992:12). BTS adalah anak laki-laki dengan penggemar terbanyak di dunia. ARMY adalah sebutan untuk penggemar BTS. Sebagian besar penggemar boyband ini penuh dengan wanita dari segala usia, namun ada juga pria yang tergila-gila dengannya. ARMY dikenal sangat aktif mendukung idolanya. Sebagian besar penggemarnya masih muda, sehingga tidak sedikit dari mereka yang menggunakan media sosial sebagai platform untuk mengungkapkan kecintaan mereka pada idolanya.

Dikutip dari (Ramadhani, 2019) Fandom adalah sekelompok orang yang setia terhadap idolanya, sehingga rela melakukan dan membeli apapun yang berhubungan dengan fandom. Fandom Army selalu dengan senang hati menyambut grup idola mereka, misalnya ketika mereka merilis lagu terbaru mereka dalam bentuk fisik album, para penggemar ini rela membeli album tersebut bukan hanya karena mereka adalah penggemar tetapi juga karena

dukungan mereka. grup idolanya untuk meningkatkan popularitasnya. Menurut penelitian (Lidwina, 2021), BTS merupakan idola K-pop dengan banyak penggemar dan banyak prestasi di industri musik. Hal itu antara lain ditunjukkan dengan keberhasilan BTS, yakni lima kali memenangkan Billboard Music Award di Amerika dalam kategori "*Top Social Artist*". BTS juga telah dinominasikan dua kali untuk Grammy Award. Pasukan seperti penggemar BTS adalah salah satu komunitas pendukung di balik kesuksesan boyband BTS. Army bersedia melakukan apapun untuk mencapai tujuannya dan selalu bersedia mendukung BTS.

ARMY mendukung banyak media sosial seperti Twitter, Web, Facebook, TikTok dan Instagram. Instagram adalah pilihan platform media sosial yang sering digunakan BTS untuk berbagi aktivitas sehari-hari. Boyband ini memiliki masing-masing akun Instagram pribadi. Dan juga memiliki akun satu akun Instagram yang di kelola oleh perusahaan nya (@bts.bighitofficial) dengan jumlah pengikut yang mencapai 69,5 M. Antusiasme yang tinggi terhadap boy band ini terlihat dari banyaknya jumlah followers yang terlihat dari interaksi antar fans yang kerap menjadikan BTS trending topik di Instagram. Instagram juga menjadi salah satu platform media sosial utama pilihan yang sering digunakan ARMY untuk melihat idola mereka beraksi. Platform ini membantu para penggemar untuk mendapatkan informasi tentang BTS baik dari penggemar lain, forum online, maupun dari member BTS itu sendiri. Ekspresi kecintaan mereka terhadap

idolanya dapat dilihat melalui unggahan foto idolanya dengan kata-kata kekaguman. Banyaknya postingan BTS yang diunggah oleh ARMY, serta postingan forum online BTS yang muncul di explore, seringkali membuat penggemar menunjukkan perilaku obsesifnya terhadap idolanya. Obsesi besar terhadap BTS terkadang menyebabkan mereka menunjukkan perilaku yang tidak wajar.

Tingkah laku mereka begitu agresif jika menyangkut idola mereka. Ada banyak bentuk obsesi penggemar yang dapat ditunjukkan secara tertulis kepada idola mereka. Segala sesuatu yang berhubungan dengan idola mereka penting bagi mereka. Biasanya para penggemar ini terobsesi untuk mengikuti semua kegiatan yang berhubungan dengan BTS dan mencari tahu semua informasi tentang boy band ini. Mengumpulkan barang-barang terkait BTS seperti tas, pakaian, casing ponsel, dan CD BTS. Di Korea sendiri, sebutan untuk fans yang terlalu terobsesi disebut sebagai "sasaeng fans". "Sasaeng / 사생해" berasal dari bahasa Korea dan berarti kehidupan pribadi. Dengan kata lain, "penggemar sasaeng" adalah penggemar yang sangat terobsesi dengan idola pop Korea atau figur publik lainnya yang melakukan penguntitan atau perilaku lain yang melanggar privasi. Profesor psikologi Universitas Nasional Seoul Kwak Keum Joo mengatakan bahwa pengaruh buruk hallyu adalah kehadiran penggemar sasaeng.

Tingkah laku para penggemar tersebut merupakan hasil dari interpretasi mereka terhadap BTS idola mereka. Pada 18 Februari 2019, Sasaeng BTS fans tertangkap kamera sedang melihat ke kamar hotel member BTS, J-Hope. Selama siaran V-Live J-Hope, beberapa penonton melihat sosok wanita mengintip dari balik pintu kamar hotel. Penggemar ini bisa mengikuti BTS karena BTS memutuskan menggelar konser Love Yourself di Fukuoka, Jepang. Para penggemar BTS di Indonesia juga menunjukkan perilaku ekstrim mereka, meski tidak se-ekstrim perilaku penggemar luar negeri. Artis dan pembawa acara Boy William itu juga mengecam penggemar ARMY BTS. Pada 4 Mei 2019, ARMY Indonesia mengkritik Boy William karena menyebut nama grup idola lain saat membahas BTS. Fans menganggapnya tidak profesional dan tidak menghormati fans dari musisi yang bersangkutan, sehingga kolom komentar media sosial Boy William dipenuhi dengan kata-kata kotor tentang ARMY Indonesia.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai komunikasi penggemar boy band BTS dengan melihat aktivitas – aktivitas para penggemarnya pada media sosial Instagram. Industri hiburan Korea saat ini sedang berada di puncak popularitasnya. Fenomena grub idola atau boy band/ girl band adalah salah satu daya tarik terbesar K – POP yang mana Asia adalah salah satu pendukung terbesar penggemar K – POP di seluruh dunia. Budaya Korea ini sangat cepat menyebar terutama di Indonesia. Oleh karena itu peneliti mengajukan judul **“Komunikasi Budaya Penggemar Boy Band BTS Di**

Era Digital : Studi Etnografi Virtual Pada Penggemar BTS Di Media Sosial Instagram”.

1.2 Fokus Penelitian

Sehingga jelas, fokus dalam penelitian ini adalah untuk mengkaji tentang bagaimana komunikasi budaya penggemar boy band BTS di era digital dengan menggunakan media sosial Instagram.

1.3 Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana ruang media yang digunakan para penggemar boy band BTS di Instagram?
2. Bagaimana pemaknaan teks juga gambar dalam aktivitas penggemar BTS di Instagram?
3. Bagaimana interaksi yang terjadi pada aktivitas penggemar boy band BTS di Instagram?
4. Bagaimana pengalaman yang menjadi latar belakang mengidolakan boy band BTS?

1.4 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Mengetahui bagaimana ruang media yang digunakan para penggemar boy band BTS di Instagram?
2. Mengetahui bagaimana pemaknaan teks juga gambar dalam aktivitas penggemar BTS di Instagram?

3. Mengetahui bagaimana interaksi yang terjadi pada aktivitas penggemar boy band BTS di Instagram?
4. Mengetahui bagaimana pengalaman yang menjadi latar belakang mengidolakan boy band BTS?

1.4.1 Kegunaan Penelitian

Berikut kegunaan penelitian ini:

1. Kegunaan Teoritis
 - a. Memberikan kontribusi terhadap perkembangan ilmu-ilmu sosial, khususnya ilmu komunikasi yang berbasis pada pengembangan penelitian kajian budaya populer dan komunikasi massa.
 - b. Dapat digunakan sebagai acuan bagi peneliti sejenis untuk tahap selanjutnya.
2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan wawasan dan pengetahuan mengenai bidang komunikasi bermedia pada penggunaan media sosial instagram sebagai sarana penyampaian pesan mengenai pengaruh budaya korea (K-Pop) terhadap para penggemarnya.

- a. Penelitian ini dapat meningkatkan pengetahuan dan wawasan masyarakat terhadap komunikasi pada sebuah kebudayaan K – Pop.
- b. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pandangan budaya K – Pop dari sudut pandang etnografi virtual.
- c. Peneliti ingin memberikan pemikiran, informasi dan persepsi baru dari sebuah kebudayaan K – Pop.

