

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang ditandai dengan kemajuan di bidang media informasi dan teknologi pada saat ini telah berjalan begitu pesat, sehingga untuk mengubah pola perilaku seseorang dengan menggunakan media baru. Berbagai macam media untuk berkomunikasi pun hadir untuk memudahkan manusia berinteraksi. Penyampaian informasi menjadi cepat dan mudah didapatkan oleh semua orang tidak peduli seberapa jauh dan letak tempat tinggal orang tersebut. Contoh berkembangnya teknologi dalam komunikasi adalah dengan terciptanya media sosial.

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa menggunakan mudah berpartisipasi, berbagi serta membangun isi mencakup blog, jejaring sosial, wiki, Lembaga dan global virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki adalah bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh rakyat pada semua global. Internet memang diciptakan untuk mempermudah pekerjaan manusia (Cahyono, 2016).

Di Indonesia , khususnya kehadiran media sosial saat ini bisa membawa pengaruh sendiri atas bagaimana percakapan yang dilakukan oleh masyarakat. Masyarakat di Indonesia pun menggunakan internet sebagai media untuk pekerjaan, sebagai menambah pergaulan, mempercepat pertemanan atau mempersatukan kawan lawan yang telah lama hilang atau tidak ada kabar dan menunjukkan identitas dirinya berasal dari kalangan mana dan sebagai penghasilan

tambahan. Internet merupakan sumber informasi yang mereka cari tentang siapapun dan tentang apa saja, seperti mencari sebuah komunitas yang sesuai dengan hobinya, informasi berupa berita, hiburan, dan lain-lain. Di Indonesia sudah mencapai 95 persen menggunakan internet untuk media sosial, media sosial yang paling banyak digunakan adalah *Facebook*, *WhatsApp* dan *Twitter*.

Media sosial untuk saat ini saja di era globalisasi ini sudah menggunakan media sosial. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan feedback secara terbuka, bisa memberi komentar dan membagikan informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas. Saat ini banyak aplikasi untuk berkomunikasi dengan melalui akun *Twitter*, *Facebook*, *Intagram*, *Web*, *WhatsApp*, dan lain-lain. Pada saat sekarang ini, manusia diberikan kemudahan dalam melakukan komunikasi dengan kalangan politisi, artist, dengan menggunakan *Instagram*, dan *Twitter*.

Grup Korean Selatan yang populer sampai saat sekarang ini adalah *BTS*. *Bangtan Sonyeondan* atau *BTS* merupakan salah satu grup KPop yang dibentuk pada 13 Juni 2013 dibawah naungan agensi hiburan Big Hit Entertainment yang kini sudah berganti nama menjadi HYBE Lables. *BTS* yang beranggotakan 7 orang diantaranya, yaitu Kim Namjoon, Kim Seokjin, Min Yoongi, Jung Hoseok, Park Jimin, Kim Taehyung, dan Jeon Jungkook, salah satu idol grup K-pop yang berpengaruh di dunia saat ini, karena memiliki keahlian yang unik pada setiap anggotanya, baik dalam mengarang, menulis lirik, menari dan menampilkan musik atau lagu yang dibuat sendiri. Sejak debut, *BTS* telah meraih kesuksesan besar di Korea Selatan dan juga di seluruh dunia. Melalui media sosial, di buktikan dengan penghargaan yang diraih dari nasional maupun internasional, karena fandom mereka yang luas di semua media sosial.

Fandom merupakan gabungan dari kata “fans” dan “Kingdom”. Fans atau penggemar, merujuk pada individu atau kelompok yang memiliki ketertarikan dan dukungan kuat terhadap music, idola, dan industri K-pop secara keseluruhan. Mereka adalah kelompok yang dinamis dan beragam, yang terdiri dari penggemar dari berbagai negara di seluruh dunia. Fans K-pop memainkan peran penting dalam kesuksesan dan popularitas idola/idol grup mereka. Mereka memberikan dukungan yang kuat dan berperan sebagai duta merek yang menyebarkan pesan positif tentang music dan budaya Kpop di seluruh dunia.

Fandom dari grup BTS dikenal dengan nama Army. Army (*Adorable Representative MC for Youth*) diakui sebagai salah satu fanbase terbesar dan paling aktif di industri KPOP. Mereka tersebar diseluruh dunia yang terlibat secara aktif dalam mendukung BTS dalam berbagai cara. Dalam membentuk komunitas yang kuat di seluruh dunia, Army berkumpul dalam grup dan forum online, serta mengorganisir proyek penggemar, kampanye amal, dan acara komunitas untuk mendukung BTS dan menyebarkan pesan positif. Army memiliki pengaruh yang besar dalam kesuksesan BTS dan telah menjadi salah satu contoh komunitas penggemar K-pop yang paling kuat dan berpengaruh di dunia music. Dedikasi dan dukungan Army telah membantu BTS meraih prestasi luar biasa dan mengukir sejarah dalam industri music global. Aktivitas Army dalam menggunakan media sosial untuk dapat berinteraksi dengan BTS dan sesama penggemar. Mereka membuat posting, mengomentari dan menggunakan tag terkait dengan BTS untuk berpartisipasi dalam percakapan online. ARMY juga memanfaatkan media sosial untuk mengatur streaming party, voting, atau proyek global yang melibatkan banyak penggemar. Dengan adanya media sosial interaksi lebih mudah dilakukan

secara virtual tanpa bertemu secara langsung dan menghasilkan berbagai bentuk komunikasi.

Pembahasan mengenai perkembangan komunikasi pada saat ini perlu diteliti lagi karena setiap media sosial mempunyai peran yang berbeda dalam menentukan cara orang untuk berinteraksi dan menyampaikan pesan. Penelitian ini dilakukan melalui media sosial Weverse, karena khususnya di negara Korea Selatan sudah menciptakan media sosial *Weverse* dan menggunakan *Weverse* sebagai platform komunitas global yang digunakan khusus oleh penggemar KPOP. *Weverse* telah menjadi populer di kalangan penggemar KPOP dan industri hiburan Korea Selatan. *Weverse* pertama kali hadir pada tanggal 10 Juni 2019 yang menghadirkan fitur yang memberikan kesempatan bagi para penggemar, untuk mengirim surat kepada idolanya. Bahkan para penggemar juga dapat mengakses konten eksklusif. *Weverse* bisa diakses melalui smartphone, ios, pc.

Di Indonesia media sosial yang paling sering digunakan media sosial *WhatsApp* dan *Instagram*. Tetapi di *google play store* sendiri telah di unduh lebih dari 6,8 juta pengguna. Pengguna *weverse* di Indonesia sudah mencapai 1,8 juta orang. Beberapa keunggulan *Weverse* yang didapatkan pengguna yaitu menyediakan berbagai konten gratis, video, hiburan, dan yang paling penting menghubungkan antara artis dengan para penggemar lebih dekat. Seiring berkembangnya tahun, *Weverse* yang dikembangkan oleh beNX, yang merupakan anak perusahaan dari Big Hit Entertainment atau dikenal dengan HYBE ini sudah memperbarui aplikasi tersebut. *Weverse* sudah memiliki fitur seperti *Instagram Story* yang disebut Artists Moments, dan postingan tersebut akan hilang jika artis tersebut membagikan momen baru, dan masih banyak lagi fitur-fitur yang ada pada aplikasi *Weverse* tersebut.

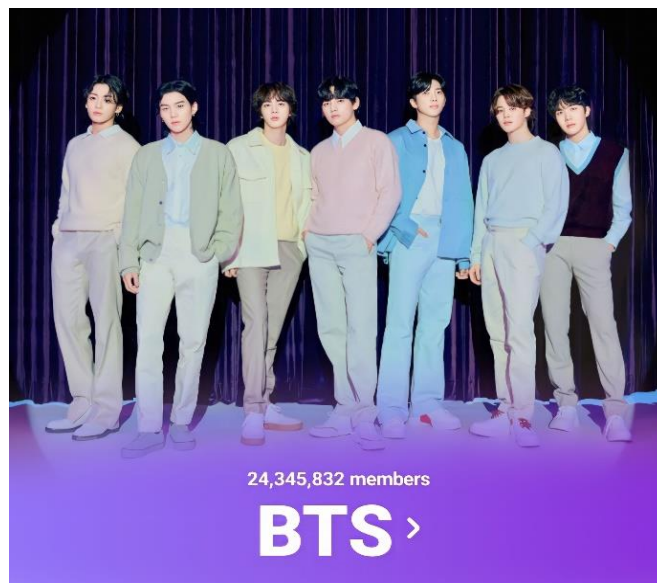
Seo Wooseok yang merupakan Presiden Weverse Company menyebutkan aplikasi ini memang dirancang untuk interaksi yang lebih intens, dibandingkan yang ditawarkan media sosial serupa Youtube, Twitter dan Instagram. Pada awalnya media sosial Weverse hanya dapat digunakan oleh artist yang berada di bawah naungan Bighit Entertainment (yang sudah diganti dengan HYBE), tetapi setelah mengumumkan bahwa HYBE resmi memasukan beberapa agensi hiburan secara bergilir, beberapa artis yang tidak berada dibawah naungan HYBE bergabung kedalam media sosial Weverse sejak bulan Oktober 2020. Mulai dari idol grup rookie P1Harmony dan bahkan YG Entertainment yang mana juga merupakan agensi hiburan terbesar di Korea Selatan ikut memasukan artist nya kedalam media sosial Weverse seperti TREASURE kemudian diikuti oleh IKON, WINNER, dan BLACKPINK. Selain artist K-pop kini beberapa artis yang bukan berasal dari industri music Korea Selatan juga menggunakan media sosial Weverse, seperti Max, New Hope Club, Jeremy Zucker,

Jakarta adalah ibu kota terpadat di Indonesia dengan populasi yang besar. Jumlah penduduk yang banyak menciptakan basis Army BTS yang ada di Jakarta. Jakarta yang merupakan pusat perkotaan yang memiliki akses internet yang luas dan cepat. Ketersediaan jaringan internet yang baik memungkinkan Army BTS di Jakarta untuk dengan mudah mengakses platform media sosial Weverse. Kehadiran media sosial Weverse memainkan peran penting dalam menghubungkan Army BTS di Jakarta. Semakin banyak fans yang terlibat dalam komunitas Army, semakin banyak pula aktifitas dan konten yang dibagikan di media sosial Weverse. Sehingga Jakarta menjadi pusat aktifitas yang sering di adakan kegiatan offline seperti pertemuan, acara, dan konser pemutaran film BTS. Kehadiran konser BTS sering menjadi tujuan utama Army. Media sosial ini digunakan untuk

berkomunikasi, mengkoordinasikan kegiatan, mempromosikan acara, dan dapat berbagi informasi, foto, dan video dengan sesama Army lainnya.

Anggota komunitas Fans BTS saat ini berjumlah lebih dari 40 juta orang, sedangkan di Indonesia sendiri terhitung mencapai 80 ribu orang lebih. Karena komunitas ini tidak terbatas pada usia, siapapun bisa mengikuti dan bergabung dalam komunitas ini. Rata-rata yang mengikuti komunitas ARMY BTS dalam media sosial Weverse saat ini mencapai 24.345.832 juta orang lebih.

Gambar 1.1 Jumlah Fans BTS/ARMY di Weverse



Sumber : Weverse

Phenomenon merupakan kemunculan suatu kejadian atau gejala ataupun peristiwa yang sering dijumpai dalam kehidupan sehari-hari. Dalam garis besar, fenomenologi menjadikan pengalaman nyata sebagai realitas. Fenomena yang nyata dapat menghasilkan sesuatu yang jelas dan sesuai dengan fakta pada lingkungan sosial yang ada disekitar kita. Fenomenologi mampu mengungkapkan objek secara menakutkan, meskipun objek kognitif maupun tindakan ataupun ucapan. Fenomenologi mampu melakukan itu karena segala sesuatu yang dilakukan

oleh seseorang selalu melibatkan mental (Collin, 1997:111). Tujuan Fenomenologi adalah untuk menghasilkan deskripsi lengkap tentang fenomena pengalaman sehari-hari, sehingga sampai pada pemahaman tentang struktur penting dari ‘benda itu sendiri’, fenomena tersebut.

Fenomena penggunaan Weverse telah menciptakan fenomena yang signifikan dalam dunia KPOP dan komunitas penggemar. Keterhubungan langsung antara artis dan penggemar, Weverse telah memberikan pengalaman yang lebih personal antara artis dan penggemar melalui fitur komentar dan pesan, penggemar dapat berinteraksi dengan artis tersebut. Weverse telah menjadi tempat di mana para penggemar BTS dapat merasakan eksklusivitas dan mendapatkan konten khusus yang tidak tersedia di platform media sosial lainnya. Dengan adanya fitur feed di konten di Weverse. BTS dapat membagikan foto, video dan pengumuman baru kepada penggemar. Ini menciptakan keinginan yang tinggi di antara penggemar untuk bergabung dengan Weverse agar bisa mendapatkan akses ke konten eksklusif BTS dan merasa lebih terhubung dengan mereka.

Weverse tersebut juga telah membantu memperkuat Fans KPOP BTS, melalui fitur papan pesan komunitas, penggemar dapat berinteraksi, berbagi informasi, dan mendiskusikan topik yang berkaitan dengan BTS. Fans BTS dapat merayakan kesamaan minat mereka dan membangun persahabatan dengan penggemar lain di dalam komunitas Weverse. Secara keseluruhan, penggunaan Weverse dalam Fans BTS telah menciptakan fenomena yang memperkuat interaksi langsung antara BTS dan Fans BTS, memberikan akses eksklusif ke konten BTS, dan memperkuat komunitas penggemar yang kuat. Weverse telah menjadi platform yang penting bagi penggemar BTS untuk berhubungan dengan grup mereka.

Alasan mengapa peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap aplikasi Weverse karena Weverse merupakan aplikasi khusus yang digunakan oleh KPOP. Dari remaja hingga dewasa memakainya, dengan berbagai macam tujuan dan motif. Seseorang bisa menjalin hubungan pertemanan dalam aplikasi ini.

Berdasarkan pemaparan di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang bagaimana penggunaan media sosial weverse di kalangan army BTS kota Jakarta. Berdasarkan latar belakang yang ada, peneliti ingin melakukan penelitian lebih lanjut mengenai penggunaan Media Sosial Weverse. Peneliti mengangkat permasalahan ke dalam judul sebagai berikut : “ **FENOMENA PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL WEVERSE DI KALANGAN ARMY BTS KOTA JAKARTA**”

1.2 Fokus Penelitian dan Pernyataan Masalah

1.2.1 Fokus Penelitian

Berdasarkan penjelasan penelitian yang penulis uraikan, maka yang menjadi fokus dari penelitian tersebut adalah : “Bagaimana fenomena penggunaan media sosial weverse di kalangan army BTS kota Jakarta”

1.2.2 Pernyataan Masalah

Berdasarkan fokus penelitian diatas, maka peneliti mengajukan pernyataan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana motif anda sebagai army dalam menggunakan media sosial weverse?
2. Bagaimana tindakan anda sebagai army dalam menggunakan media sosial weverse?

3. Bagaimana makna anda sebagai army dalam menggunakan media sosial weverse?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah untuk menyelesaikan program studi (S1) Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan Bandung. Kemudian ada tujuan lain sesuai dengan masalah yang akan diteliti oleh peneliti sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui motif army dalam menggunakan media sosial weverse .
2. Untuk mengetahui tindakan army dalam menggunakan media sosial weverse.
3. Untuk mengetahui makna army dalam menggunakan media sosial weverse.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian diharapkan dalam penelitian ini menjadi manfaat yang berguna untuk semua pembaca termasuk bagi peneliti. Berkaitan dengan judul penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dimana penelitian ini memiliki manfaat atau kegunaan secara teoritis dan praktis yang digunakan untuk mengatasi suatu masalah.

1.3.2.1 Kegunaan Teoritis

1. Peneliti berharap dengan adanya penelitian ini dapat memberikan manfaat dan menjadikan sarana yang mendidik dan sebagai masukan yang berguna untuk perkembangan ilmu komunikasi
2. Penelitian diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memberikan memberikan informasi baru dan referensi bagi pihak yang membutuhkan, khususnya bagi komunikasi dalam suatu kelompok.

1.3.2.2 Kegunaan Praktis

1. Penelitian secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi mengenai apa saja yang diungkapkan dari penggunaan media sosial *Weverse* di kalangan army BTS kota Jakarta
2. Penelitian ini diharapkan dapat membantu para mahasiswa Universitas Pasundan menambah pengetahuan, rujukan bacaan memahami tentang penggunaan media sosial *Weverse* di kalangan army BTS kota Jakarta.