

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Media memiliki kedudukan yang sangat penting bagi kehidupan masyarakat. Media merupakan wujud dari kemajuan sebuah teknologi informasi dan komunikasi. Adanya perkembangan media ini, sebuah informasi akan mudah menyebar secara luas yang dapat memengaruhi sudut pandang pemikiran, *life-style*, dan budaya pada masyarakat (Kadarisman, 2019).

Berbicara kembali mengenai media, selain perubahan yang signifikan pada media massa yang disebabkan oleh adanya perkembangan teknologi, munculnya media baru juga menjadi salah satu faktor berkembangnya informasi dan teknologi di masa yang akan datang. Salah satu contohnya adalah media sosial yang memanfaatkan teknologi internet. Media sosial termasuk ke dalam media baru yang memiliki peran yang penting dan menarik perhatian hingga ke beberapa lapisan masyarakat, terutama karakteristik penyebaran informasi media sosial ini sangat cepat, *real-time*, mudah dan eksistensi dari media sosial dapat berperan sebagai diseminasi informasi dari beragam media massa (Nurkinan, 2017).

Eksistensi media dalam menyebarkan informasi dapat berubah serta memiliki penilaian yang besar pada sistem kehidupan masyarakat/audiens dan dapat membangun perspektif suatu individu dalam melihat kepribadian mereka dan yang mana akan selalu terhubung dengan realitas (Kadarisman, 2019). Dalam hal ini terdapat contoh dari penelitian oleh Dyah Ayu Salsabila Nikmah dengan judul

“Analisis *Resepsi Viewers Terhadap Personal Branding Positive Content Creator* Gita Savitri Devi Melalui YouTube” tahun 2018 yang mana menggunakan teori analisis *resepsi* Stuart Hall. Hasil dari penelitian ini menghasilkan temuan yakni terdapat perbedaan khalayak dalam menerima pesan media tersebut, serta faktor pembedanya ialah berasal dari latar belakang informan-informan penelitian tersebut.

Media massa, menurut Alyusi (seperti dikutip dalam Cindoswari & Diana, 2019) hal ini memberikan dampak yang sangat besar terhadap kemajuan teknologi, termasuk media massa berbasis internet. Media massa berbasis internet atau online ini merupakan media yang populer di kalangan masyarakat. Perkembangan media massa berpengaruh dalam kecepatan menyebarnya budaya populer seluruh penjuru dunia, terutama terhadap khalayak. Hal ini berhubungan juga dengan salah satu contoh penelitian yang dilakukan oleh Cahya Tunshorin pada tahun 2016 mengenai analisis *resepsi* budaya populer Korea pada komunitas bernama *Eternal Jewel Dance* di Yogyakarta. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mendeskripsikan bagaimana penerimaan pesan dari komunitas tersebut dan menghasilkan berbagai posisi yang disesuaikan dengan teori yang dipakai yakni Teori *Resepsi* Stuart Hall.

Berdasarkan penjelasan dari Soraya (seperti dikutip dalam Cindoswari & Diana, 2019) budaya populer ini berasal dari hasil pertumbuhan media, terutama adanya dampak dari media massa itu sendiri, yang pada akhirnya menghasilkan fenomena spesial yang didasari oleh pertumbuhan globalisasi. Pada akhirnya, proses tersebut akan terus bergerak dan menjadi bagian dari kehidupan masyarakat

global itu sendiri. Globalisasi memadukan antara budaya timur dengan barat menjadi satu, dan mempermudah jalan masuknya budaya populer dan dengan cepat menyebar ke penjuru dunia, contohnya yang dapat kita amati dan kita rasakan hingga saat ini adalah *Korean Wave* atau arus budaya Korea.

Hallyu ialah sebutan untuk fenomena kebudayaan Korea Selatan yang sukses menarik atensi hingga kancah internasional. *Hallyu* adalah istilah yang diberikan oleh seorang jurnalis saat berada di China kala memandangi sebuah pemberitaan mengenai K-Pop dan K-Drama tahun 1998 yang memenuhi majalah dan surat kabar pada saat itu. *Hallyu* atau arus kebudayaan Korea Selatan ini memiliki kebudayaan yang beragam seperti serial drama (K-Drama), film, musik (K-Pop), *K-Fashion*, *K-Culture*, *K-Tourism*, dan masih banyak lagi. Di sinilah pentingnya media massa sebagai wadah penyebaran informasi dan budaya ke ranah internasional dan mendorong kesuksesan budaya lokal menjadi budaya transnasional (Sari & Jamaan, 2014).

Selama 20 tahun terakhir, gelombang budaya Korea telah mengalami banyak perubahan secara signifikan baik dalam geografi maupun budayanya. Arus budaya Korea telah melampaui negara-negara Asia Timur secara meluas ke banyak belahan dunia. Mulai dari Amerika Utara, Amerika Latin, Eropa Barat, Timur Tengah dan Asia Tenggara menerima antusiasme budaya populer Korea Selatan ini. Budaya populer ini telah berkembang menyeluruh ke lapisan masyarakat, terlebih menjadikan salah satu budaya yang sangat populer di kalangan anak muda usia belasan dan dua puluhan (Saraswati & Nurbaiti, 2020).

Kembali pada penjelasan mengenai media. Pesan media tidak hanya dibentuk, tetapi sengaja dibuat oleh media massa. Media mendorong masyarakat untuk mengadopsi perilaku baru selain menawarkan hiburan. Ciri khas pesan media adalah yang menciptakan interaksi antara khalayak dan media massa. Cara seseorang memandang komunikasi di media memengaruhi bagaimana dia bereaksi terhadap semua pesan dan bagaimana dia berperilaku (Tamburaka, 2013). Hal ini juga berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan yakni *reception analysis* (analisis *resepsi*) penonton mengenai pidato BTS dalam *SDGs Moment* Sidang Majelis Umum PBB Ke-76 di Media Sosial YouTube pada September 2021.

BTS (방탄소년단) atau “Beyond The Scene” merupakan grup musik pria yang berasal dari Korea Selatan yang berada dalam naungan manajemen BIGHIT MUSIC / HYBE. BTS disebut sebagai “Ikon Pop abad ke-21”, yang juga telah menarik jutaan penggemar di seluruh dunia bernama ARMY karena musik dan pesannya, dan BTS juga diakui dengan penghargaan bergengsi seperti *Billboard Music Awards*, *MTV Video Music Awards* serta *American Music Awards* (BIGHIT MUSIC, 2022). Karena kekhasan musik mereka dan kualitas serta nilai estetis yang mereka miliki, popularitas BTS di seluruh dunia telah muncul sebagai isu baru yang hangat dalam dunia jurnalisme dan akademis (Devi, 2022).

BTS berhasil melampaui pasar Amerika hingga negara-negara lainnya atas kualitas musik mereka yang penuh pesona. BTS telah mencetak banyak rekor dalam penjualan album baik digital maupun fisik, *streaming*, penayangan YouTube, dan masih banyak lagi. BTS menjadi artis Asia pertama yang berhasil menduduki puncak grafik di beberapa pasar musik terbesar di dunia. Superstar grup yang telah

mendunia ini berhasil mendobrak dinding-dinding stigma sosial terutama yang dialami oleh kaum muda. BTS juga menyinggung banyak isu sosial, politik, isu kesehatan mental dan lain sebagainya dalam karya musik yang mereka ciptakan.

Gambar 1.1. Anggota BTS Saat Menerima Paspor Diplomatik



Sumber: X/Twitter resmi BTS, 2021a

Seperti pada Gambar 1.1. di atas, pada tanggal 14 September 2021, BTS diundang secara resmi oleh Presiden Moon Jae-In ke Blue House untuk menerima paspor diplomatik serta “Sertifikat Penunjukan” sebagai Utusan Khusus Presiden atau “*Special Presidential Envoy*” untuk Generasi Masa Depan dan Budaya. BTS menghadiri dan menyampaikan pidato atas nama pemuda dan generasi mendatang pada agenda Tujuan Pembangunan Berkelanjutan atau *Sustainable Development*

Goals mendampingi Presiden Moon Jae-In di Sidang Majelis Umum PBB sesi ke-76 pada tanggal 20 September 2021. Tayangan pidato sekaligus penampilan BTS di PBB sesi ke-76 ini telah mengundang lebih dari 980.000-an penonton pada saat pertama kali ditayangkan secara *live* di kanal YouTube United Nations, serta puluhan ribu lainnya menonton di kanal YouTube dan platform lainya (Lee, 2021).

Terdapat pesan penting yang masing-masing anggota BTS sampaikan dalam pidatonya, yakni mengenai harapan untuk masa kini dan mendatang dari lensa anak muda yang terdampak pandemi COVID-19, isu lingkungan, vaksinasi serta pentingnya “Tujuan Pembangunan Berkelanjutan”, yang mana perlu mendapatkan atensi khusus dari masyarakat dalam upaya meningkatkan kesadaran dan kepedulian terhadap isu-isu lingkungan dan global. Mereka juga berbicara mengenai kesulitan yang mereka sendiri alami selama pandemi, pandangan mereka akan realita yang mereka hadapi, juga yang dialami oleh masyarakat selama pandemi COVID-19 terjadi.

‘Pemuda di Era COVID-19’ merupakan tema yang dibicarakan oleh BTS dalam pidatonya di agenda *SDGs* PBB ke-76 (Kim, 2021). Berkaitan dengan topik/isu dalam pidato BTS yakni mengenai COVID-19, seperti yang dijelaskan oleh Li et al. (seperti dikutip dalam Aeni, 2021) pada Maret 2020 telah dinyatakan oleh WHO bahwa dunia telah menghadapi sebuah wabah bernama *Corona virus* 2019 yang awalnya dinamakan *novel coronavirus* atau 2019-nCov dan pertama kali terdeteksi di Kota Wuhan, Provinsi Hubei, China pada akhir tahun 2019. Virus yang menyerang sistem pernapasan pada manusia ini secara cepat telah berubah menjadi wabah global yang menyerang dan akhirnya menyebar hingga ke seluruh benua di

muka bumi ini. Menurut Morens et al. (seperti dikutip dalam Aeni, 2021), pandemi COVID-19 merupakan salah satu yang terbesar dalam sejarah manusia berdasarkan luas penyebaran, jumlah kasus positif, dan jumlah kematian.

Berdasarkan pemaparan dari Banarjee et al. (2020); Epifanio et al. (2021) (seperti dikutip dalam Aeni, 2021) bahwa wabah *coronavirus* 2019 ini memberikan *impact* yang substansial dalam penyusutan kualitas kehidupan manusia dalam bermacam aspek, baik itu fisik, psikis, dan lingkungan. Wabah yang disebabkan oleh virus COVID-19 ini memberikan dampak yang besar pada kehidupan umat manusia dan lainnya di seluruh dunia, termasuk anak-anak dan remaja atau *young people*. Dibandingkan dengan orang dewasa, pandemi COVID-19 ini memiliki konsekuensi jangka panjang yang memberikan dampak buruk bagi kesehatan mental pada anak-anak muda (Singh et al. dalam Ghosh, 2021).

Gambar 1.2. BTS Saat Menghadiri Sidang Majelis Umum PBB ke-76 di AS



Sumber: X/Twitter resmi BTS, 2021b

Kunjungan BTS di PBB sesi ke-76 seperti pada Gambar 1.2. merupakan kunjungan ke-3 mereka, termasuk saat mereka menyampaikan pesan mengenai pentingnya mencintai diri sendiri dan pemberdayaan diri bersama UNICEF di PBB sesi ke-73 tahun 2018. Kemudian kembali melanjutkan makna dan pesan penting mengenai ‘*Love Myself*’ dalam pidato yang mereka sampaikan di Sidang Majelis Umum PBB sesi ke-75 bersama UNICEF mengenai dampak dari pandemi COVID-19 dan memberikan rangkulan serta kekuatan kepada generasi muda dan orang-orang dalam menghadapi pandemi COVID-19.

Selain memberikan pidato pada Sidang Majelis Umum PBB sesi ke-76, BTS juga menampilkan *performance* terbaik mereka dalam sebuah *video clip* dengan membawakan lagu *Permission to Dance* yang memberikan pesan mendalam, harapan, dan penghiburan di tengah pandemi COVID-19, yang berdampak positif kepada *audience*, di berbagai kalangan termasuk anak muda.

Berdasarkan paparan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis *Resepsi* Penonton Mengenai Pidato BTS (Grup Musik Pria Korea Selatan) Dalam *SDGs Moment* Sidang Majelis Umum PBB Ke-76 di Media Sosial YouTube Tahun 2021”.

1.2. Fokus Penelitian

Berlandaskan latar belakang yang telah peneliti jabarkan di atas, penelitian ini difokuskan pada *decoding* penonton mengenai pidato BTS di agenda *SDGs* Sidang Majelis Umum PBB Ke-76 pada kanal YouTube United Nations tahun 2021 yang menggunakan landasan Teori *Resepsi* Stuart Hall.

1.2.1. Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana *resepsi* penonton mengenai pesan pidato BTS di *SDGs Moment* PBB ke-76?
2. Bagaimana *resepsi* penonton mengenai lambang bahasa dalam tayangan pidato BTS di PBB ke-76 pada kanal YouTube United Nations?
3. Bagaimana *resepsi* penonton mengenai tayangan pidato BTS secara audiovisual di PBB ke-76 pada kanal YouTube United Nations?

1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui *resepsi* penonton mengenai pesan pidato BTS di *SDGs Moment* PBB ke-76.
2. Untuk mengetahui *resepsi* penonton mengenai lambang bahasa dalam tayangan pidato BTS di PBB ke-76 pada kanal YouTube United Nations.
3. Untuk mengetahui *resepsi* penonton mengenai tayangan pidato BTS secara audiovisual di PBB ke-76 pada kanal YouTube United Nations.

1.3.2. Kegunaan Penelitian

1.3.2.1. Kegunaan Teoritis

- 1) Peneliti berharap dari adanya penelitian ini dapat memberikan kontribusi dan manfaat dalam pengetahuan dan pengembangan pada keilmuan Komunikasi, khususnya Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Pasundan.

- 2) Diharapkan dari adanya penelitian ini dapat membantu mengembangkan dan memperdalam lingkup teori *mass communication* terutama teori analisis *resepsi* khalayak Stuart Hall yang peneliti gunakan dalam penelitian ini.
- 3) Dari adanya penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai acuan, sumber informasi dan pengetahuan bagi para peneliti yang lain.

1.3.2.2. Kegunaan Praktis

- 1) Diharapkan dari adanya penelitian ini dapat memberikan wawasan dan pengetahuan yang positif dan mendalam bagi pembaca, baik kalangan penggemar maupun khalayak umum.
- 2) Sebagai sumber informasi untuk penelitian-penelitian selanjutnya, terutama yang akan melakukan penelitian terkait *decoding* penonton mengenai pidato BTS di PBB ke-76 pada kanal YouTube United Nations tahun 2021.
- 3) Dengan adanya penelitian ini dapat memberikan *insight* dan pengetahuan kepada *encoder* atau produser makna yang berkaitan dengan penelitian ini, dengan berlandaskan teori yang digunakan.