

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Adanya kemajuan teknologi pada era globalisasi memudahkan penyebaran budaya dan teknologi dari luar untuk masuk ke dalam sebuah negara. Karena berkembangnya globalisasi dan kemajuan teknologi, negara-negara berbeda dapat bertukar informasi dan budaya satu sama lain. Salah satu dari negara tersebut adalah Korea Selatan. Korea Selatan peduli dengan arus globalisasi dan menggunakan kemajuan teknologi untuk menyebarkan budaya Korea, yang sekarang dikenal sebagai *Korean Wave* (Eliani et al., 2018).

Korean Wave memiliki banyak hal yang mirip dengan dunia hiburan pada umumnya, termasuk musik, drama, dan program *variety* yang menayangkan budaya-budaya korea. Keseharian orang-orang yang menyukai *Korean Wave* dapat dipengaruhi oleh gaya-gaya dan *style* Korea. Musik pop Korea, juga dikenal sebagai "K-pop", merupakan salah satu subsektor hiburan yang mendorong pertumbuhan ekonomi Korea Selatan, dan merupakan salah satu produk *Korean Wave* yang sangat diminati oleh kaum milenial (egsaugm, 2020). Indonesia merupakan salah satu yang memiliki jumlah *Kpopers* paling banyak. Salah satu fandom yang memiliki jumlah besar adalah NCT (*Neo Culture Technology*) dengan nama *Fandom* NCTzen. *Fandom* adalah istilah sebutan untuk kumpulan penggemar sesuatu yang saling terhubung satu sama lain melalui media sosial untuk membahas suatu hal yang saling digemari satu sama lain (Gooch, 2008).

NCT (*Neo Culture Technology*) adalah salah satu *boy group* yang didirikan oleh SM Entertainment pada tahun 2016, yang memiliki 6 sub-unit yang berbeda, NCT U, NCT 127, NCT Dream, WayV, NCT DoJaeJung, dan NCT Wish. NCT memiliki sebutan untuk fansnya, NCTzen atau NCT Citizen. Karena popularitas yang tinggi, banyak dari remaja di penjuru dunia menyukai dan bergabung dengan fandomnya (NCTzen). Penggemar NCT dari seluruh dunia, termasuk Indonesia terkumpul dalam jumlah yang besar (Ananda et al., 2021, 1014). Dengan bergabungnya NCT ke dalam Weverse dapat memudahkan

interaksi dengan penggemar tanpa harus bertemu secara langsung sehingga menciptakan berbagai bentuk komunikasi.

Weverse masuk ke dalam kategori media sosial yang digunakan untuk saling berinteraksi antara penggemar dengan artis (Hirliza & Lubis, 2023). Hal ini selaras dengan pemikiran Bernard Barelson & Garry A. bahwa sebuah proses penyampaian informasi, konsep, perasaan, kemampuan, dan lainnya melalui penggunaan simbol, kata-kata, gambar, grafik, angka, dan media yang lain dapat disebut dengan komunikasi. Aplikasi Weverse pada saat ini banyak digunakan oleh kalangan idol K-pop untuk menyapa para penggemarnya dengan cara memposting atau melakukan siaran langsung. Salah satu dari idol K-pop yang bergabung pada Weverse adalah NCT (*Neo Culture Technology*). NCT resmi bergabung pada 12 September 2023, sebelumnya mereka menggunakan aplikasi yang dibuat oleh perusahaan SM Entertainment dengan nama Kwangya Club.

Dinamika komunikasi terus berubah dari komunikasi verbal hingga media digital, yang menghasilkan cara baru untuk menyampaikan informasi dan membantu seseorang untuk memahami satu sama lain. Menurut Shanon dan Weaver dalam Karyaningsih (2018) komunikasi merupakan suatu bentuk interaksi sesama manusia yang dapat mempengaruhi satu sama lain, baik secara sengaja atau tidak sengaja. Bentuk komunikasi tidak hanya terbatas dalam bentuk bahasa verbal, akan tetapi dalam bentuk raut wajah, lukisan, dan teknologi.

Pembahasan mengenai perilaku komunikasi pada media sosial ini perlu diteliti kembali, karena pada setiap media sosial dan setiap *fandom* tentunya memiliki cara yang berbeda dalam berinteraksi pada setiap platform media sosialnya. Penting untuk melakukan penelitian tentang cara penggemar K-Pop berkomunikasi, khususnya NCTzen di Weverse, karena K-Pop bukan hanya sebuah tren musik tetapi juga fenomena budaya global yang mempengaruhi berbagai aspek sosial, terutama dalam hal komunikasi digital. K-Pop telah memberi penggemar dan idola mereka cara baru untuk berinteraksi satu sama lain melalui media sosial yang semakin canggih seperti Weverse. Penelitian ini mengisi celah dalam pemahaman tentang perilaku komunikasi dalam komunitas *fandom* yang eksklusif, serta bagaimana platform ini mampu menciptakan pola

interaksi baru yang lebih personal dan intensif dibandingkan media sosial yang lain.

K-Pop telah menjadi salah satu pendorong utama perkembangan budaya Korea melalui Korean Wave. Dengan popularitasnya yang menyebar ke berbagai negara, termasuk Indonesia, K-Pop berhasil membangun komunitas penggemar global yang kuat dan aktif berkomunikasi serta berinteraksi secara digital. Platform seperti Weverse memainkan peran penting dalam memfasilitasi komunikasi ini, karena *platform* memungkinkan penggemar untuk berkomunikasi dengan idola mereka secara langsung dan lebih intim.

Penelitian ini relevan karena komunikasi di era komputer dan internet mengalami perubahan yang cukup besar. Berbeda dengan media sosial konvensional yang lebih terbuka, Weverse menawarkan model baru untuk interaksi antara artis dan penggemar yang lebih intim. Interaksi ini menunjukkan bagaimana pola komunikasi massa berubah ke arah komunikasi yang lebih eksklusif dan tersegmentasi. Hal ini relevan dengan kajian komunikasi modern, terutama dalam hal Teori interaksi simbolik.

Penelitian ini juga penting secara sosial karena menunjukkan bagaimana platform media sosial tertentu seperti Weverse berfungsi sebagai media utama untuk menghubungkan komunitas penggemar di seluruh dunia, menciptakan identitas kolektif di antara penggemar dan mendorong mereka untuk berpartisipasi aktif dalam komunitas digital. Dengan mempelajari bagaimana NCTzen menggunakan Weverse untuk berinteraksi dan berkomunikasi, penelitian ini memberikan koneksi ke NCTzen untuk menggunakan Weverse sebagai media berkomunikasi.

Pada awal Juni 2019 Weverse Company yang merupakan anak perusahaan dari HYBE Corporation memanfaatkan perkembangan teknologi untuk mengembangkan aplikasi Weverse agar dapat digunakan dalam berinteraksi antara artis dengan penggemarnya. Weverse memiliki fitur yang fokus pada postingan sebuah konten dan komunikasi antara idol dengan penggemar (Zain, 2023). Pada awalnya Weverse dibuat khusus untuk BTS dan TXT, namun seiring berkembangnya, Weverse terbuka untuk semua artis agar memudahkan untuk berinteraksi dengan penggemar. Sesuai dengan fungsi media sosial pada

umumnya yaitu untuk membagikan sebuah unggahan berupa foto atau video (Johnson, 2007). Weverse memiliki fitur yang mirip dengan media sosial lainnya yaitu dapat melakukan video siaran langsung, mengunggah sebuah foto atau cuitan seperti pada aplikasi X dan Instagram, selain itu Weverse menyediakan fitur belanja yang diberi nama Weverse Shop. Fitur ini dapat memudahkan penggemar dalam pembelian *merchandise*, *membership*, album, tiket konser dan lain sebagainya. Akan tetapi Weverse memiliki perbedaan fitur dengan media sosial lainnya, karena *platform* ini hanya khusus digunakan oleh penggemar yang idolanya bergabung pada aplikasi tersebut. Selain itu, penggemar juga dapat mengirimkan cuitan agar bisa berkomunikasi dengan sesama penggemar dan bahkan dengan idolanya. Pada platform Weverse jumlah seluruh pengikut dari akun NCT mencapai lebih dari 4.000.000 pengikut.

Pada penelitian ini menggunakan Teori interaksi simbolik merupakan teori yang menjelaskan ketika seseorang membuat makna dengan menggunakan simbol yang dipahami secara kolektif selama interaksi sosial. Dengan menggunakan teori interaksi simbolik, penelitian ini dapat menjelaskan dengan lebih jelas bagaimana perilaku komunikasi NCTzen di Weverse.

Tempat penelitian akan dilakukan di Kota Malang Provinsi Jawa Timur. Alasan pemilihan tempat penelitian yaitu, menurut survey yang dilakukan IDN Times pada 2019 jumlah penggemar di Jawa Timur mencapai 32,1 % yang merupakan jumlah tertinggi dari provinsi lainnya. Selain itu menurut survei dari IDN Times sebagian besar penggemar Kpop merupakan seorang pelajar. Sedangkan Kota Malang sebagai tempat penelitian karena menurut data BPS Jawa Timur pada 2022 Kota Malang memiliki jumlah pelajar terbanyak kedua setelah Kota Surabaya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa jumlah Kpopers di Kota Malang merupakan jumlah tertinggi kedua setelah Surabaya.

Melihat dorongan internal seseorang ketika menggunakan media sosial untuk memenuhi kebutuhan mereka yang selaras dengan penerapan teori interaksi simbolik. Oleh karena itu dari penjelasan diatas penelitian ini berfokus untuk menganalisis perilaku komunikasi yang dilakukan oleh NCTzen dalam berinteraksi di Weverse.

1.2 Rumusan Masalah

Dari penjelasan pada latar belakang dapat dirumuskan:
Bagaimana perilaku komunikasi yang dilakukan oleh NCTzen dalam berinteraksi di Weverse?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang dan rumusan masalah yang telah disebutkan diatas, maka tujuan dari penelitian ini untuk mendeskripsikan perilaku komunikasi yang dilakukan oleh NCTzen dalam berinteraksi di Weverse.

1.4 Kegunaan Penelitian

a. Secara Akademis

Secara akademis penelitian yang dilakukan ini dapat memperkaya literatur tentang komunikasi digital, khususnya perilaku komunikasi di platform media sosial yang interaktif seperti Weverse.

b. Secara Praktis

Mampu sebagai pijakan dan referensi pada penelitian-penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan perilaku penggemar Kpop dalam berinteraksi melalui media sosial serta menjadi bahan kajian lebih lanjut.