

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Teknologi informasi adalah suatu teknologi yang digunakan untuk menghasilkan informasi yang relevan, akurat, dan tepat waktu, yang digunakan untuk keperluan pribadi, bisnis, pemerintah, dan merupakan informasi yang strategis untuk pengambilan keputusan (Cecep Abdul Cholik, 2021). Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, yang dikenal sebagai revolusi digital, telah mengubah secara mendasar cara manusia berkomunikasi dan berbagi informasi. Transisi dari teknologi analog ke digital memungkinkan informasi diakses secara cepat, mudah, dan tanpa batas geografis. Revolusi ini mencakup berbagai inovasi seperti internet, media sosial, dan **perangkat** digital, yang secara kolektif menciptakan lingkungan informasi yang interaktif dan dinamis (Dahlan, 2010).

Penggunaan teknologi informasi di Indonesia, terutama pada perangkat seperti smartphone dan internet, terus meningkat pesat. Saat ini, sekitar 87,13% masyarakat Indonesia telah menggunakan media sosial berbasis internet. Hal ini menunjukkan bahwa teknologi informasi telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari. Kehadiran teknologi ini memberikan berbagai dampak bagi penggunaannya, baik secara langsung maupun tidak langsung. Bahkan,

perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan besar dalam cara masyarakat mengumpulkan, menyebarkan informasi, dan berkomunikasi di tingkat global.(Putri et al., n.d.)

Potensi media jejaring sosial untuk menciptakan komunikasi dan interaksi yang harmonis menjadi landasan utama dalam penelitian ini. Kelebihan serta keunikan yang dimiliki dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan pola komunikasi dan interaksi dalam masyarakat. Salah satu aspek penting yang dapat ditingkatkan adalah pemberian dukungan sosial di antara pengguna media sosial.(Sosiawan, n.d.)

Selain itu, revolusi digital mengubah hubungan tradisional antara produsen dan konsumen informasi. Dengan kehadiran teknologi digital, audiens tidak lagi berperan sebagai penerima pasif, tetapi menjadi peserta aktif yang memproduksi dan mendistribusikan konten mereka sendiri. Platform seperti YouTube dan TikTok memungkinkan individu untuk menjadi kreator, membuka peluang baru dalam budaya partisipasi digital (Jenkins, 2006).

Namun, sebelum transformasi digital ini terjadi, cikal bakal fandom telah terbentuk melalui interaksi dan partisipasi komunitas secara tradisional. Fandom awal ini menunjukkan bagaimana penggemar sudah sejak lama memainkan peran penting dalam mendukung dan memelihara produk budaya favorit mereka, meskipun dengan keterbatasan teknologi komunikasi pada masa itu. Saat ini perkembangan teknologi digital telah mengatasi keterbatasan ruang dan waktu yang dihadapi oleh fandom tradisional. Digitalisasi membawa transformasi besar dalam

cara penggemar berinteraksi dan berpartisipasi, membuka peluang baru bagi komunitas fandom untuk berkembang di ruang virtual.

Fandom telah menjadi bagian penting dari budaya populer jauh sebelum era digital. Fandom tradisional muncul melalui kegiatan offline seperti pertemuan penggemar, surat-menyurat, atau keanggotaan klub penggemar resmi. Contoh awal fandom adalah komunitas *Trekkies* di tahun 1960-an, yang berjuang untuk mempertahankan serial *Star Trek* melalui surat protes massal dan demonstrasi, yang berhasil menyelamatkan acara tersebut dari pembatalan (Pearson 2010 : 87).

Fenomena serupa juga terlihat dalam *Beatlemania*, di mana para penggemar The Beatles secara aktif mendukung idolanya melalui kehadiran di konser, pembelian merchandise, dan partisipasi dalam berbagai kegiatan penggemar. Meskipun fandom tradisional terbatas oleh media konvensional dan interaksi langsung, antusiasme kolektif dan hubungan emosional yang kuat menjadi ciri khas komunitas ini (Sandvoss 2005 : 51).

Industri hiburan dan budaya populer di Indonesia telah mengalami perkembangan yang pesat, menciptakan berbagai bentuk kultur fandom yang mencerminkan antusiasme masyarakat terhadap produk budaya tertentu. Di tengah berbagai bentuk budaya penggemar yang ada, fenomena yang menonjol adalah komunitas penggemar JKT48. Kemunculan pertama JKT48 dalam program musik "100% Ampuh" yang disiarkan secara langsung oleh Global TV pada 17 Desember 2011 menjadi tonggak penting dalam eksistensi mereka di panggung hiburan Indonesia. Dengan konsep rotasi anggota, di mana anggota yang tampil dalam

setiap acara berbeda-beda sesuai jadwal yang telah ditentukan oleh manajemen, JKT48 menawarkan pengalaman yang selalu baru bagi penggemar. Hal ini tidak hanya menambah daya tarik grup, tetapi juga menciptakan ikatan yang kuat antara idola dan penggemarnya, yang dikenal dengan sebutan "Fans JKT48." Keunikan ini menjadi salah satu alasan utama mengapa JKT48 berhasil membangun basis penggemar yang solid dan aktif.

Namun, seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat, lanskap interaksi antara idola dan penggemar telah mengalami perubahan signifikan. Di era Web 2.0, komunikasi tidak lagi terbatas oleh ruang dan waktu, dan media sosial telah menjadi platform utama yang menjembatani hubungan ini. Platform seperti YouTube, Instagram, TikTok, dan berbagai layanan streaming lainnya memungkinkan idola untuk berinteraksi langsung dengan penggemar, menciptakan hubungan yang lebih dekat dan personal. Dalam konteks ini, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai sarana interaksi dua arah yang memperkuat ikatan emosional antara idola dan penggemarnya.

Media sosial tik tok adalah media yang berupa audio visual, media ini sebuah media sosial yang dapat dilihat juga dapat didengar. Banyak sekali pengguna dari media sosial ini yakni kalangan peserta didik. Peserta didik begitu senang sekali menggunakan media sosial tik tok ini karena bagi mereka media sosial ini bisa menghibur mereka dikala mereka bosan. Adanya media sosial

memberikan hiburan bagi setiap orang untuk menghilangkan rasa lelahnya atau rasa bosannya.

Salah satu komunitas penggemar yang berhasil memanfaatkan perkembangan media sosial ini adalah JKT48 Terbaik Sedunia (JTS). Komunitas ini didirikan oleh penggemar JKT48 pada tahun 2020 dan telah berkembang menjadi komunitas yang memiliki lebih dari 1.000 anggota aktif. Dengan koordinator lapangan di berbagai daerah, JTS tidak hanya aktif dalam kegiatan offline seperti menghadiri pertunjukan teater dan konser JKT48, tetapi juga memiliki kehadiran yang kuat di media sosial. Melalui platform seperti TikTok, JTS membagikan berbagai konten terkait kegiatan mereka, termasuk proyek-proyek fanbase, dokumentasi acara, serta interaksi dengan anggota JKT48. Aktivitas ini menunjukkan bagaimana penggemar memanfaatkan media sosial untuk mengekspresikan kecintaan mereka terhadap idola, menyebarkan informasi, dan mengorganisir kegiatan yang memperkuat keberadaan komunitas.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam dinamika kultur fandom. Fandom, dalam konteks ini, dapat dipahami sebagai komunitas atau kelompok penggemar yang memiliki antusiasme tinggi terhadap tokoh, hobi, atau aktivitas tertentu. Kultur fandom seringkali memberikan otonomi kepada kelompok yang sebelumnya kurang mendapat perhatian atau akses, sebagaimana diungkapkan oleh Booth & Kelly (2013). Dengan kehadiran media sosial yang semakin interaktif, struktur komunikasi menjadi lebih dinamis dan memungkinkan informasi menyebar dengan

cepat. Hal ini memungkinkan audiens yang lebih luas untuk terlibat aktif dalam budaya penggemar, yang pada gilirannya memperkuat dan memperluas jangkauan komunitas tersebut.

Media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan TikTok menjadi ruang baru bagi fandom untuk berkembang. Media sosial memungkinkan interaksi dua arah antara penggemar dan idola, menciptakan hubungan yang lebih personal. Platform ini juga memungkinkan penggemar untuk berbagi pengalaman dan konten kreatif mereka dengan audiens yang lebih luas, memperkuat komunitas digital tersebut (Pearson 2010 : 92). TikTok, misalnya, telah menjadi alat utama bagi penggemar untuk menciptakan tren, berbagi momen spesial, dan memperluas jangkauan komunitas. Teknologi algoritma TikTok yang mampu mengarahkan konten ke audiens yang relevan juga memperkuat keterlibatan dalam komunitas penggemar (Stein, 2010).

Konvergensi teknologi informasi dan komunikasi tidak hanya memungkinkan integrasi berbagai jenis informasi, seperti teks, suara, gambar, dan video ke dalam format digital yang dapat diakses melalui satu platform, tetapi juga memperluas jangkauan komunikasi manusia. Dahlan (2010) menekankan bahwa konvergensi ini tidak hanya berlaku pada media massa tradisional, tetapi juga mencakup komunikasi antar pribadi, kelompok, dan organisasi di seluruh dunia dengan dukungan infrastruktur internet yang memungkinkan jaringan sosial berkembang secara global. Platform media sosial seperti Facebook, Twitter, dan blog telah mengubah cara orang berinteraksi, memungkinkan hubungan

antarpribadi yang melampaui batasan geografis dan memperluas ruang lingkup komunikasi lebih jauh daripada yang bisa dicapai oleh media massa konvensional. Dalam konteks ini, komunikasi antarpribadi dan kelompok tidak hanya berintegrasi dengan media massa, tetapi juga menjadi bagian integral dari media organisasi, menciptakan ruang interaksi yang lebih inklusif dan luas.

Lebih lanjut, konvergensi teknologi ini juga mengubah peran tradisional antara produsen dan konsumen media. Dalam ekosistem media baru, audiens tidak lagi hanya sebagai konsumen pasif, tetapi juga bertransformasi menjadi partisipan aktif yang ikut serta dalam menciptakan dan mendistribusikan konten. Fenomena ini sangat terlihat pada platform seperti YouTube, dimana pengguna dapat menghasilkan dan membagikan konten mereka sendiri tanpa campur tangan dari media tradisional. Konten yang dihasilkan oleh pengguna (user-generated content) menjadi salah satu kekuatan utama dalam lanskap media baru ini, menunjukkan bahwa konvergensi teknologi dan media sosial tidak hanya memperluas ruang lingkup komunikasi, tetapi juga mengubah dinamika interaksi sosial dan budaya.

Dalam konteks komunitas JKT48 Terbaik Sedunia (JTS), terdapat pola interaksi budaya yang khas yang dapat diidentifikasi sebagai budaya partisipatori. Menurut Jenkins (2006), budaya partisipatori adalah budaya di mana individu atau kelompok tidak hanya bertindak sebagai konsumen, tetapi juga sebagai kontributor atau produsen konten. Budaya partisipatori ini menjadi semakin relevan dengan berkembangnya teknologi dan informasi, terutama dalam lingkungan digital. Gagasan mengenai budaya partisipatori yang diperkenalkan

oleh Henry Jenkins menunjukkan adanya perubahan signifikan dalam perilaku pengguna internet, yang kini lebih berperan aktif dalam proses produksi konten.

Budaya partisipatori ini bukan hanya menjadi ciri khas komunitas JKT48 Terbaik Sedunia (JTS) tetapi juga mencerminkan perubahan yang lebih luas dalam cara penggemar berinteraksi dengan idola mereka. Interaksi melalui media sosial tidak hanya bersifat satu arah, di mana penggemar hanya mengonsumsi konten yang disediakan oleh idola, tetapi telah berkembang menjadi interaksi dua arah yang melibatkan kontribusi aktif dari penggemar. Dalam hal ini, penggemar JKT48 yang tergabung dalam JTS tidak hanya mengonsumsi konten yang diproduksi oleh JKT48, tetapi juga menciptakan konten mereka sendiri yang berhubungan dengan aktivitas idola mereka, seperti video, komentar, meme, dan lain sebagainya. Konten-konten ini kemudian disebarluaskan melalui berbagai platform media sosial, menciptakan ekosistem komunikasi yang hidup dan dinamis.

Penggunaan platform media sosial seperti TikTok oleh komunitas JTS menunjukkan bagaimana teknologi dapat menjadi alat yang efektif untuk menggerakkan partisipasi dan interaksi antar anggota komunitas. Melalui TikTok, anggota JTS dapat berbagi momen-momen spesial, berkolaborasi dalam pembuatan konten, serta terlibat dalam berbagai kampanye yang bertujuan untuk mendukung JKT48. Partisipasi ini tidak hanya memperkuat ikatan di antara anggota komunitas, tetapi juga memperluas jangkauan komunitas dengan menarik perhatian audiens yang lebih luas.

Penelitian terdahulu telah banyak membahas tentang budaya partisipatori dalam komunitas offline maupun komunitas virtual. Namun, dengan adanya internet, budaya partisipatori berkembang lebih cepat dan lebih luas, terutama dalam konteks media sosial. Komunitas JKT48 Terbaik Sedunia (JTS) menjadi contoh nyata dari bagaimana budaya partisipatori ini berkembang dalam era digital, di mana penggemar memiliki peran yang lebih aktif dalam memproduksi dan mendistribusikan konten yang berkaitan dengan idola mereka. Melalui platform media sosial, anggota JTS dapat menggerakkan partisipasi secara efektif, menciptakan ruang interaksi yang inklusif, dan memperkuat identitas komunitas.

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi secara mendalam mengenai budaya partisipatori yang berkembang dalam komunitas JKT48 Terbaik Sedunia (JTS) dan bagaimana komunitas ini menggerakkan partisipasi anggotanya melalui platform media sosial, khususnya TikTok. Studi ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam memahami peran media sosial dalam membentuk dan mengembangkan budaya partisipasi penggemar di era digital. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengungkap dinamika interaksi yang terjadi dalam komunitas JTS, yang mencerminkan bagaimana teknologi dan media sosial telah mengubah cara penggemar berinteraksi dengan idola mereka, serta bagaimana perubahan ini berdampak pada struktur dan dinamika komunitas penggemar di Indonesia.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Bagaimana komunikasi interaksional yang dibangun oleh akun TikTok JKT48 Terbaik Sedunia dengan audiensnya melalui konten yang diunggah di platform tersebut?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian untuk menjawab rumusan masalah yaitu:

Untuk menganalisis komunikasi interaksional yang dibangun oleh akun TikTok JKT48 Terbaik Sedunia dengan audiensnya melalui konten yang diunggah.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi objek dan peneliti baik secara praktis maupun akademis, yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

### **1. Manfaat Praktis**

Melalui hasil penelitian ini, diharapkan bisa menjadi referensi bagi khalayak luas maupun pembaca untuk mengetahui bagaimana interaksi suatu komunitas dalam menggerakkan partisipasi anggota melalui media sosial TikTok.

### **2. Manfaat Akademis**

Melalui penelitian ini, diharapkan bisa menambah wawasan dan juga bisa dijadikan sebagai media referensi bagi peneliti selanjutnya.