

BAB I

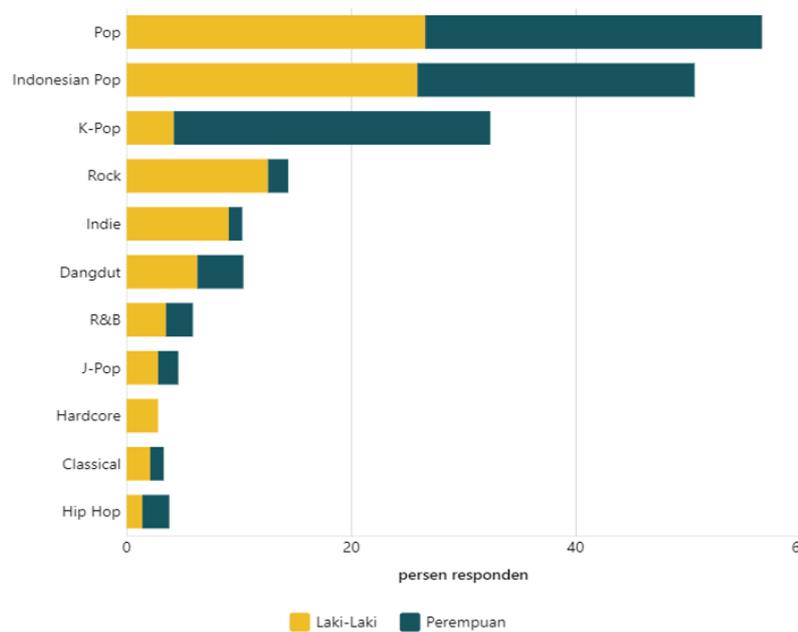
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Korean Pop atau yang biasa disebut dengan K-Pop merupakan salah satu kebudayaan dari Korea Selatan yang dikenal dengan grup boyband maupun girlbandnya. Sebagai idol, mereka harus mempunyai kemampuan yang bagus di bidang musik, baik dari bernyanyi, menari, bahkan visual wajah dan bentuk badan juga sangat diperhatikan oleh beberapa agensi musik di Korea. Agensi hiburan di Korea Selatan memiliki peran penting dalam membentuk dan mempromosikan grup boyband, girlband, atau idol solo. Mereka bertanggung jawab atas manajemen karir para idol, termasuk pelatihan, promosi, dan kegiatan lainnya. Salah satu strategi yang biasa dilakukan oleh berbagai agensi adalah memberikan nama fandom untuk para penggemar setia dari idol yang mereka naungi. Nama fandom ini tidak hanya sebagai identitas bagi para penggemar, tetapi juga untuk menciptakan hubungan secara emosional yang kuat antara idol dan penggemar, seperti contoh girlband Blackpink yang memiliki nama fandom yaitu Blink. Nama fandom juga sering kali dipilih oleh agensi dengan tujuan untuk menciptakan kesan dan mudah diingat bagi para penggemar. Selain itu, fandom tersebut juga memiliki logo dan warna resmi yang mengidentifikasi penggemar tersebut, serta memiliki komunitas online maupun offline yang aktif dalam mendukung idol mereka.

Menurut hasil survey dari (Times, 2019), mengatakan bahwa penggemar Idol K-Pop tertinggi di Indonesia berasal dari kalangan umur 20-25 tahun dengan persentase tertinggi sebesar 40,7%. Lalu persentase paling sedikit adalah berasal dari kalangan umur 10-15 tahun sebanyak 9,3% dengan didominasi oleh jenis kelamin perempuan sebanyak 92,1% serta laki-laki sebesar 7,9%. Banyak dari mereka adalah seseorang yang berprofesi sebagai pelajar dan mahasiswa. Selain itu, menurut survey dari (Databoks, 2022) mengatakan bahwa genre musik K-Pop merupakan peringkat tiga besar genre musik yang paling disukai oleh masyarakat di Indonesia dengan sebagian besar penggemar adalah perempuan dengan persentase 28,2%, sedangkan laki-laki memiliki persentase sebesar 4,2%

Gambar 1.1
Survey Penggemar Genre Musik Di Indonesia (2022)



Sumber: Databoks

Pada gambar 1.1 menunjukkan bahwa secara keseluruhan genre musik yang paling disukai menurut survey Databoks pada nomor satu adalah genre music pop, dengan persentase laki-laki 26,6% dan perempuan 30%. Lalu pada urutan kedua merupakan genre musik Indonesian Pop, dengan presentase Laki-laki 25,9% dan perempuan 24,7%. Sedangkan urutan di bawah K-Pop adalah genre music Rock dengan persentase laki-laki 12,6%, sedangkan perempuan hanya 1,8%. Selain itu terdapat beberapa responden yang menyukai musik Indie, Dangdut, R&B, J-Pop, Hardcore, Classical, dan Hip Hop dengan persentase seperti pada gambar 1.1.

Penggemar Idol K-Pop seringkali menunjukkan tingkat dukungan yang sangat tinggi terhadap artis favorit mereka dan dikenal memiliki jiwa yang royal kepada idolanya, fenomena ini dikenal sebagai fanatisme penggemar. Menurut Menurut (Chaplin, 2009) fanatisme adalah suatu sikap penuh semangat yang berlebihan terhadap suatu segi pandangan atau suatu sebab. Sikap fanatik pada penggemar Idol K-Pop ini dapat diwujudkan seperti antusiasme yang tinggi terhadap objek yang ekstrem, atau minat yang berlebihan dalam waktu lama. Selain itu, perilaku mereka juga dapat ditunjukkan dengan perilaku ketergantungan dengan media sosial, seperti menghabiskan waktu dengan gadget mereka untuk berdiskusi atau mencari tahu mengenai idola mereka.

Di era digital saat ini, akses komunikasi dan informasi dapat memudahkan para pengguna untuk menerima berbagai informasi dengan cepat, seperti adanya media sosial. Dengan adanya media sosial, para penggemar Idol K-Pop semakin mudah untuk dapat mengakses informasi mengenai idola mereka. Media sosial menjadi landasan utama untuk melakukan komunikasi dan interaksi antara penggemar dan idolanya. Salah satunya adalah media sosial Instagram yang merupakan salah satu platform media sosial paling populer bagi para penggemar Idol K-Pop yang saat ini telah menjadi ruang untuk dapat terhubung dengan idola favorit mereka, serta dapat berinteraksi dengan penggemar lainnya di seluruh dunia tanpa batas waktu.

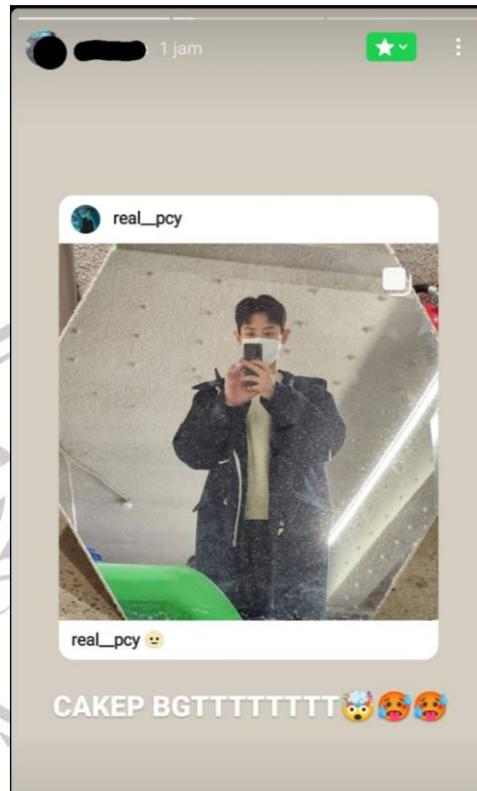
Instagram merupakan platform digital yang dapat memudahkan para pengguna untuk melakukan komunikasi dengan orang lain, memberikan pendapat atau pandangan, serta membagikan emosionalnya dengan memberikan komentar atau like di setiap postingan yang dibagikan. Banyaknya idola K-Pop yang memiliki akun resmi pribadi agar dapat melakukan interaksi dengan para penggemarnya, seperti membagikan aktivitas mereka dengan memposting foto atau video, melakukan siaran live, atau saling membalas pesan para penggemar. Sehingga, hal ini dapat membuat penggemar merasa terhubung dengan kehidupan idolanya sehari-hari.

Selain mendapatkan informasi mengenai idola K-Pop melalui akun resmi Instagram mereka, para penggemar juga dapat mengonsumsi berbagai informasi terkait idola K-Pop mereka melalui akun-akun fanbase atau akun yang memiliki minat yang sama terhadap idola, serta dapat juga mengonsumsi berita terkait Idol K-Pop melalui akun-akun berita K-Pop di Instagram. Contoh akun-akun berita K-Pop di Instagram seperti Coppamagz, Fyi.korea, dan Officialkvibes yang merupakan akun media yang menyuguhkan berita terkait para idol K-Pop.

Berdasarkan hasil observasi fenomena perilaku penggemar Idol K-Pop di media sosial Instagram, terdapat sejumlah interaksi penggemar Idol K-Pop yang memberikan pendapat mereka mengenai konten idolanya, mulai dari pengungkapan rasa kagum kepada idolanya hingga pengungkapan emosi mereka. Terdapat beberapa fenomena-fenomena para penggemar Idol K-Pop pada media sosial Instagram terkait interaksi komunikasi seperti pada gambar 1.1.

Gambar 1.2

Postingan Instagram Story Penggemar Idol K-Pop



Sumber: Instagram story

Berdasarkan dari postingan tersebut, bahwa penggemar Idol K-Pop tersebut menggunakan media sosial Instagram sebagai wadah untuk berinteraksi dengan para idol K-Pop dengan memanfaatkan fitur-fitur dari media sosial Instagram. Seperti pada gambar 1.2 yang menunjukkan seorang penggemar menggunakan fitur Instagram story untuk mengekspresikan diri dengan merepost postingan idolnya. Penggemar Idol K-Pop melakukan sebuah aktivitas di Instagram yang disebut dengan fangirling (penggemar perempuan) atau fanboying (penggemar laki-laki) sebagai istilah yang digunakan untuk mendeskripsikan kegembiraan berlebihan terhadap kelompok idola tertentu. Salah satu cara yang biasa dilakukan dalam fangirling atau fanboying adalah dengan merepost atau membagikan ulang postingan idol mereka melalui fitur Instagram story, dengan cara ini, penggemar dapat menunjukkan dukungan mereka kepada idol mereka kepada pengikut mereka sendiri.

Gambar 1.3

Postingan Komentar Penggemar Idol K-Pop



Sumber: Instagram @fyi.korea

Sedangkan pada postingan gambar 1.3, terdapat seorang penggemar yang membandingkan idola lain dengan idolanya sehingga memancing emosi penggemar lainnya. Salah satu faktor yang dapat menyebabkan penggemar Idol K-Pop membandingkan idola mereka dengan idol lain, karena adanya persaingan artis atau grup. Penggemar dari setiap grup ingin membuktikan bahwa grup mereka lebih baik atau lebih sukses dibandingkan grup lain, seperti pada girl grup K-Pop Blackpink dan Aespa yang merupakan dua girl grup yang tengah naik daun di Korea saat ini, kedua grup tersebut telah berhasil meraih kesuksesannya masing-masing. Namun sayangnya kedua grup tersebut belakangan ini kerap menjadi perbandingan para netizen. Tidak hanya grup, sejumlah netizen juga seringkali membandingkan member dari kedua grup tersebut seperti yang terlampir pada gambar 1.3. Dimana dalam gambar 1.3 salah satu akun mengatakan bahwa idol Jennie dari girl group Blackpink lebih sexy dibandingkan idol Giselle dari girl group Aespa, sedangkan postingan konten yang sedang diangkat yaitu mengenai idol dari girl group Aespa tersebut. Hal tersebut memancing reaksi penggemar lain yang menyebabkan perdebatan argumen masing-masing. Penggemar K-Pop membandingkan idola mereka dengan idol lain untuk membuktikan keunggulan dari grup mereka. Melalui fenomena tersebut, merupakan aktivitas yang dilakukan oleh penggemar Idol K-Pop.

Gambar 1.4

Postingan Komentar Penggemar Idol K-Pop



Sumber: akun @weareone.exo

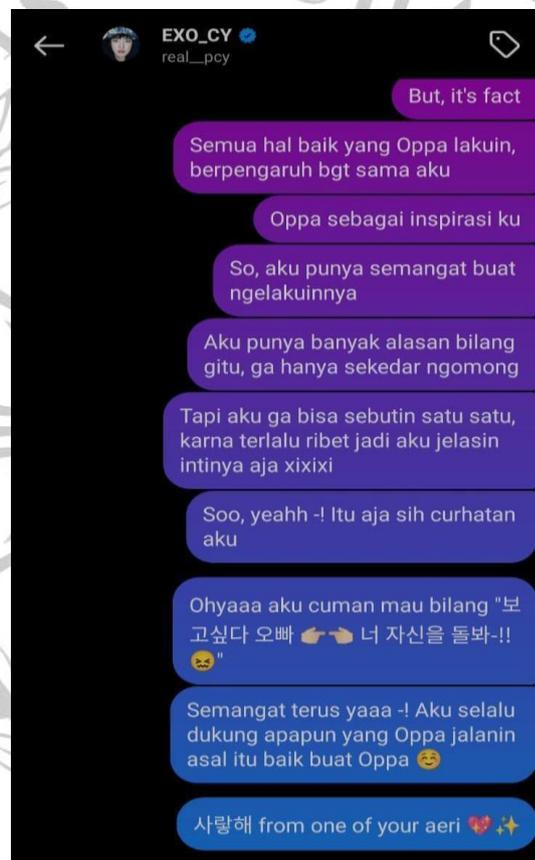
Selain itu, pada postingan gambar 1.4 terdapat seorang penggemar K-Pop dari boyband EXO yang biasa disebut dengan EXO-L atau Eri yang merupakan panggilan untuk para penggemar EXO dengan pemilik akun @fatimahmh_ memberikan sebuah komentar melalui salah satu postingan dari akun @weareone.exo. Penggemar tersebut mengingatkan para EXO-L lainnya untuk terus mendukung idola mereka dengan melakukan streaming video music serta melakukan voting agar idola mereka dapat meraih penghargaan. Tidak hanya itu, penggemar tersebut juga meminta para penggemar lainnya untuk mengeluarkan semua usaha mereka dengan membuat akun email dengan jumlah banyak demi mendapatkan voting yang tinggi untuk idola mereka. Hal tersebut merupakan salah satu aktivitas yang memperlihatkan perilaku fanatisme seorang penggemar atau fans Idol K-Pop di dalam media sosial Instagram.

Dalam konteks penelitian ini, peneliti memperoleh akses bukti komunikasi antara responden, dengan Idol K-Pop yang menjadi subjek penelitian ini. Untuk menjaga privasi, responden diberikan dengan nama samaran “Diana”. Diana merupakan seorang mahasiswa

penggemar setia K-Pop berusia 22 tahun yang menjadi subjek penelitian ini untuk mendalami perilaku bermedia sosialnya, khususnya pada platform Instagram. Diana menggunakan Instagram sebagai media utama untuk terhubung dengan Idol K-Pop, membagikan konten terkait K-Pop, dan mendukung grup idola favoritnya. Platform Instagram ini menjadi wadah untuk menyalurkan ekspresinya sebagai penggemar setia K-Pop. Diana telah melakukan komunikasi dengan Idol K-Pop melalui pesan langsung di Instagram atau Direct Message (DM), hal ini memberikan pandangan yang unik terkait interaksi antara penggemar dan Idola.

Gambar 1.5

Direct Message Responden Penggemar Idol K-Pop



Sumber: Direct Message Instagram

Pada gambar 1.4 merupakan bukti pesan langsung Instagram antara Diana dan Idol K-Pop yang bernama Chanyeol yang merupakan anggota boyband EXO, hal ini menunjukkan adanya interaksi yang bersifat positif dan menyenangkan. Isi pesan menunjukkan bahwa Diana bercerita mengenai kehidupannya, serta memberikan dukungan kepada Idolanya. Pesan tersebut merupakan motivasi Diana dalam menghubungi Idolanya dalam berbagi pengalamannya serta menyampaikan dukungan dan apresiasinya. Dalam konteks ini, pesan

Diana dapat disebut sebagai *fan letter*. *Fan letter* merupakan kondisi di mana seseorang mengirim pesan kepada Idol di media sosial dengan pemahaman bahwa kemungkinan besar pesan mereka tidak akan dibalas atau dibaca. Meskipun Diana memiliki pemahaman bahwa kemungkinan besar pesannya tidak akan dibalas atau dibaca langsung oleh Idolanya, pesan tersebut merupakan ekspresi kasih sayang, dukungan, atau apresiasi dari penggemar terhadap Idola mereka. Dengan adanya interaksi pesan ini bertujuan untuk memberikan pandangan tambahan pada pemahaman tentang bagaimana interaksi yang dilakukan antara penggemar dan Idola K-Pop di platform media sosial Instagram dalam membentuk pengalaman penggemar.

Pada penelitian sebelumnya oleh (Hastika, 2019) mengenai Pengaruh Intensitas Mengakses Instagram Korean Pop Terhadap Perilaku Fanatisme pada Mahasiswa Dirasat Islamiyah UIN Jakarta. Hasilnya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara intensitas mengakses Korean Pop di Instagram terhadap fanatisme mahasiswa sebesar 45,8%. Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa intensitas mengakses Instagram menjadi faktor yang mempengaruhi sejauh mana mahasiswa penggemar K-Pop tersebut berperilaku fanatik terhadap Idol K-Pop.

Pada penelitian ini ingin melihat seberapa besar intensitas bermedia sosial Instagram pada para mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang angkatan 2020 yang merupakan penggemar fanatik Idol K-Pop. Penelitian ini menarik untuk dilakukan karena tingginya popularitas K-Pop di kalangan mahasiswa dengan daya tarik yang kuat, melihat intensitas bermedia sosial para mahasiswa penggemar fanatik Idol K-Pop dapat memberikan pemahaman mendalam tentang seberapa besar budaya K-Pop mempengaruhi kehidupan mereka. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penggambaran intensitas perilaku bermedia sosial Instagram pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang angkatan 2020.

1.2 Rumusan Masalah

Dengan mempertimbangkan bahwa media sosial Instagram telah menjadi salah satu platform utama bagi interaksi dan ekspresi pengguna, terutama di kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang angkatan 2020, serta mempertimbangkan popularitas yang besar dari industri K-Pop dan intensitas penggemar fanatik di kalangan penggemar, maka dapat dirumuskan suatu permasalahan yaitu “Bagaimana intensitas perilaku

bermedia sosial Instagram pada penggemar fanatik Idol K-Pop oleh Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang angkatan 2020?”

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian yang ingin dicapai yaitu mendeskripsikan intensitas perilaku bermedia sosial Instagram pada penggemar Idol K-Pop oleh Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang angkatan 2020. Penelitian ini bertujuan untuk memahami sejauh mana penggemar Idol K-Pop dari kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang terlibat dalam berbagai aktivitas di platform media sosial Instagram, seperti berinteraksi dengan konten K-Pop, berbagi konten atau memberikan respon dengan penggemar lainnya.

Dengan memfokuskan pada intensitas perilaku bermedia sosial, penelitian ini mampu memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana penggemar K-Pop menggunakan Instagram sebagai saluran utama untuk mengekspresikan minat, antusiasme, dan identitas mereka dalam komunitas penggemar yang lebih luas. Dengan demikian, tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk memberikan gambaran yang menyeluruh mengenai dinamika interaksi dan keterlibatan penggemar Idol K-Pop di platform media sosial Instagram di lingkungan akademik khususnya di Universitas Muhammadiyah Malang.

1.4 Kegunaan Penelitian

- 1) Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan tentang intensitas perilaku bermedia sosial Instagram pada seorang penggemar Idol K-Pop yang fanatik, serta menjadi referensi kepada peneliti selanjutnya yang bertemakan tentang intensitas perilaku bermedia sosial
- 2) Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi masyarakat sebagai masukan mengenai faktor intensitas perilaku penggunaan media sosial dan bersama-sama meningkatkan kesadaran akan penggunaan media sosial sehingga dapat menciptakan lingkungan daring yang lebih positif dan berdampak baik bagi individu, komunitas, maupun masyarakat secara luas. Selain itu, diharapkan masyarakat dapat mengambil langkah-langkah yang lebih efektif dalam mengelola waktu dan interaksi online, serta meningkatkan penggunaan media sosial yang lebih produktif dan berdaya guna.

Dengan demikian, penelitian ini memiliki potensi untuk memberikan dampak positif yang signifikan dalam membentuk perilaku penggunaan media sosial yang lebih sehat dan berkelanjutan di tengah-tengah masyarakat modern saat ini.

