

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi telah mengalami perkembangan yang pesat dan perubahan yang signifikan dalam beberapa dekade terakhir. Perkembangan teknologi ini telah mempengaruhi berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam hal komunikasi, transportasi, bisnis, pendidikan, dan hiburan. Salah satu aspek utama dalam perkembangan teknologi adalah perkembangan internet, yang telah mengubah cara kita berinteraksi dan mengakses informasi. Internet telah berkembang dari sebuah jaringan komputer terbatas menjadi jaringan global yang menghubungkan miliaran orang di seluruh dunia.

Era digital telah mengubah wajah masyarakat secara signifikan, mentransformasinya menjadi masyarakat informasi yang haus akan pengetahuan. Dalam paradigma baru ini, informasi telah menjadi komoditas yang sangat berharga. Setiap individu kini terlihat dalam kompetisi tanpa henti untuk mengakses berita dan data terkini dari berbagai bidang dengan kecepatan yang belum pernah terjadi sebelumnya. Fenomena ini mencerminkan pergeseran prioritas masyarakat modern, di mana akses cepat terhadap informasi dianggap sebagai kebutuhan mendasar.

Sebagai respons terhadap tuntutan ini, berbagai pihak mulai dari media massa, platform digital, hingga institusi pemerintah berlomba mengembangkan strategi inovatif untuk menyajikan informasi. Mereka memanfaatkan beragam kanal komunikasi, dari media sosial hingga aplikasi mobile, guna memastikan informasi dapat diakses oleh public dengan mudah dan cepat. Peningkatan permintaan akan informasi ini tidak terbatas pada berita global atau nasional saja. Masyarakat juga menunjukkan minat yang besar terhadap informasi lokal dan personal yang berkaitan langsung dengan kehidupan sehari-hari mereka. Ini mencakup berita tentang lingkungan sekitar, kebijakan lokal, hingga tren sosial yang dapat mempengaruhi gaya hidup mereka.

Fenomena ini juga berdampak pada pola konsumsi media dan interaksi sosial. Masyarakat cenderung lebih aktif mencari dan membagikan informasi, menciptakan ekosistem di mana setiap individu bisa menjadi konsumen sekaligus produsen informasi. Hal ini membawa tantangan baru dalam hal verifikasi dan kredibilitas informasi, mengingat cepatnya penyebaran berita yang belum tentu akurat. Transformasi masyarakat informasi ini telah mengubah tidak hanya cara kita mengakses dan memproses informasi, tetapi juga bagaimana kita berinteraksi, membuat keputusan, dan memandang dunia di sekitar kita. Kemampuan untuk mengakses, memahami, dan memanfaatkan informasi dengan efektif kini menjadi keterampilan krusial dalam navigasi kehidupan modern.

Pada era digital saat ini, yang ditandai dengan pesatnya perkembangan teknologi komunikasi dan informasi, internet mengalami kemajuan yang sangat signifikan. Internet telah menjadi bagian penting dari kehidupan masyarakat modern. Dengan internet, seluruh pengguna di seluruh dunia dapat terhubung dalam satu jaringan yang dapat diakses di mana pun dan kapan pun. Salah satu platform yang digunakan untuk berkomunikasi melalui internet adalah media sosial.

Perkembangan internet telah menciptakan banyak media online yang semakin digemari oleh masyarakat. Ciri utama media online adalah kemampuannya untuk menyajikan informasi secara real-time, memberikan pemahaman yang lebih mendalam, serta sudut pandang yang lebih beragam. Salah satu keunggulan media online adalah interaktivitasnya, yang memungkinkan pembaca memberikan umpan balik melalui fitur komentar. Berita, informasi, dan kejadian dapat langsung dipublikasikan saat peristiwa tersebut berlangsung. Kehadiran media online sebagai pusat informasi telah menghapus hambatan spasial dan temporal, menciptakan dunia yang terasa tak terbatas. Keterbukaan informasi yang dihasilkan memungkinkan penyebaran berita secara instan, sehingga kejadian terkini di berbagai penjuru globe dapat segera diakses dan diketahui.

Kemajuan teknologi internet memungkinkan media untuk menyebarkan beragam informasi dan komunikasi, mulai dari bidang pendidikan, politik, ekonomi, riset, iklan, gaya hidup, hingga hiburan dan berbagai aspek kehidupan di seluruh dunia. Keberadaan pusat informasi yang dapat diakses kapan saja dan di mana saja, serta memuat berbagai hal yang ingin diketahui, juga mendukung

terbentuknya jaringan komunikasi multimedia yang luas secara global. Fenomena ini telah melahirkan jaringan komunikasi multimedia global yang kompleks. Interkonektivitas ini memungkinkan pertukaran ide, kolaborasi, dan inovasi dalam skala yang belum pernah terjadi sebelumnya. Namun, perkembangan ini juga membawa tantangan baru. Isu privasi data, keamanan siber, dan penyebaran informasi yang tidak terverifikasi menjadi perhatian utama. Selain itu, kesenjangan digital antara yang memiliki akses dan yang tidak, juga menjadi masalah yang perlu diatasi untuk memastikan pemerataan manfaat teknologi ini.

Saat ini masyarakat cenderung lebih suka menggunakan media online dibandingkan media cetak dan elektronik konvensional. Hal ini disebabkan perkembangan media online yang sangat pesat, sehingga menawarkan berbagai data yang tersedia setiap saat tanpa batasan waktu dan lokasi, mencakup jenis informasi yang biasanya tersedia di media cetak maupun elektronik. Selain itu, dengan media online, kita hanya perlu mencari informasi tanpa harus mendatangi lokasi terjadinya peristiwa secara langsung.

Penggunaan internet di Indonesia terus mengalami peningkatan yang signifikan setiap tahunnya. Berdasarkan survey APJII, populasi pengguna internet yang aktif di Indonesia telah mencapai angka yang mengesankan, yakni sekitar 215,6 juta individu pada tahun 2023. Angka ini mencerminkan tingkat penetrasi internet yang sangat tinggi, mengingat populasi Indonesia yang melebihi 275 juta jiwa. Tingginya presentase penduduk Indonesia yang memiliki akses internet, mencapai lebih dari 78%, mencerminkan signifikansi teknologi digital dalam rutinitas harian masyarakat. Fakta ini menggarisbawahi betapa tak terpisahkan-nya internet telah menjadi dalam aspek kehidupan penduduk Indonesia. Salah satu faktor utama yang mendukung pertumbuhan penggunaan internet di Indonesia adalah meningkatnya popularitas media sosial. Berdasarkan data yang dirilis oleh We Are Social, jumlah pengguna aktif platform media sosial di Indonesia mencapai angka yang signifikan, yakni sekitar 67 juta orang pada awal tahun 2023. Laporan ini menggambarkan tingginya tingkat adopsi dan penggunaan media sosial di kalangan masyarakat Indonesia.

Nasrullah (2015) menggambarkan media sosial sebagai sebuah platform di internet di mana pengguna dapat mengekspresikan diri, berinteraksi, berkolaborasi,

berbagi, dan berkomunikasi dengan pengguna lain untuk membangun hubungan sosial secara virtual. Media sosial telah menjadi fenomena yang mengubah cara orang berkomunikasi, berinteraksi, dan bertukar informasi di era digital. Platform ini mencakup berbagai aplikasi dan situs online yang memungkinkan pengguna untuk membuat, berbagi, serta berkontribusi demi konten yang dihasilkan oleh pengguna lain. Penggunaan media sosial telah berkembang pesat, baik di Indonesia maupun di seluruh dunia, dengan jutaan orang terhubung dan aktif di platform seperti Facebook, Instagram, dan X

Media sosial menjadi media komunikasi, interaksi, mendapatkan informasi, dan bertukar pendapat dalam kehidupan sehari-hari. Media sosial memiliki beragam jenis dengan keunggulan masing-masing. Salah satu platform media sosial yang sering digunakan untuk memperoleh informasi adalah X. X merupakan platform berbasis teks yang memungkinkan penggunanya membuat dan membagikan pesan singkat yang disebut “tweet”. X, yang didirikan pada tahun 2006, telah berkembang menjadi salah satu platform media sosial terpopuler di dunia. Sebelumnya, X bernama Twitter. Namun, setelah bergantinya kepemilikan, Twitter berubah nama menjadi X secara resmi pada Juli 2023. Berdasarkan data dari We Are Social, didapati sekitar 666 juta orang pengguna X di Indonesia pada Oktober 2023, dengan sekitar 27 juta pengguna berasal dari Indonesia. X memiliki peran dalam memfasilitasi diskusi publik dan memberikan ruang bagi pengguna untuk mengungkapkan pendapat, membangun jejaring sosial, serta terlibat dalam topik-topik yang diminati.

X dikenal dengan kecepatannya dalam menyebarkan informasi dibandingkan platform media sosial lainnya. Fitur trending hashtag-nya sering digunakan untuk analisis isu secara real-time dan menjadi acuan bagi banyak lembaga hubungan masyarakat. Abraham (2014) menyatakan bahwa X dapat diakses secara bebas, baik oleh pengguna terdaftar maupun tidak. Keunggulan utama X terletak pada kecepatan penyebaran dan penerimaan informasi. Dengan batasan karakter yang singkat, X mendorong komunikasi yang ringkas dan fokus pada poin-poin utama. Meskipun terbatas dalam jumlah karakter, X menjadi media yang efektif untuk komunikasi massa, memungkinkan penyebaran informasi

kepada khalayak luas tanpa batasan akses. Namun, penting untuk memperhatikan kredibilitas sumber informasi di platform ini.

Fenomena K-Pop telah menjadi salah satu tren budaya global yang paling signifikan dalam decade terakhir, dengan dampak yang sangat terasa di Indonesia. Platform X telah menjadi epicentrum dari aktivitas penggemar K-Pop, menciptakan komunitas digital yang unik dan dinamis. Dilansir oleh databoks pada 21 September 2021, Tweet mengenai Korean Pop (K-Pop) mencapai 7,5 miliar dalam kurun waktu setahun terakhir di tahun 2021. Indonesia tercatat sebagai negara dengan jumlah tweet terbanyak terkait Korean Pop (K-Pop) dari Juli 2020 hingga Juni 2021. K-Pop sendiri merupakan genre musik Korea yang saat ini sangat digemari di Indonesia. Karakteristik X yang unik membuatnya menjadi platform yang menarik untuk diteliti, terutama dalam konteks bagaimana komunitas penggemar K-Pop memanfaatkannya untuk memenuhi kebutuhan informasi mereka.

Budaya populer Korea Selatan atau Korean Pop (K-Pop) telah menarik perhatian banyak orang. K-Pop memiliki ciri khas tersendiri yang memberikan kesenangan bagi penikmatnya. Dengan kemajuan teknologi komunikasi, K-Pop dapat melebarkan sayapnya ke pasar internasional melalui penggunaan media sosial. Para penggemar idol K-Pop memiliki aktivitas tersendiri untuk mendapatkan informasi mengenai idolanya. Salah satu cara untuk memperoleh informasi adalah melalui penggunaan media sosial X. Selain itu, untuk mendapatkan informasi, para penggemar juga menggunakan media sosial X sebagai sarana untuk menjaga komunikasi kepada penggemar lain.

Platform X telah menjadi platform utama bagi penggemar K-Pop untuk mendapatkan dan menyebarkan informasi terkini. Keunggulan X dalam menampilkan berita trending dengan cepat, bahkan dalam hitungan menit atau jam, sangat sesuai dengan dinamika dunia K-Pop yang bergerak cepat. Media sosial X sering digunakan sebagai sarana untuk mencari informasi dan berita, terutama karena kecepatannya dalam menampilkan informasi dan berita trending yang dapat berubah dalam kurun waktu yang singkat, bahkan hanya dalam beberapa menit atau jam. Hal ini sangat bermanfaat bagi penggemar K-Pop dan memungkinkan mereka untuk dengan cepat mendapatkan informasi terbaru tentang idolanya. Selanjutnya, informasi tersebut dapat disebarluaskan untuk dapat diketahui oleh semua orang.

Salah satu boyband K-Pop yang menggunakan X adalah NCT (Neo Culture Technology) dengan akun @NCTsmtown, @NCTsmtown_DREAM, NCTsmtown_127, @NCT_OFFICIAL_JP dan @WayV_official. Penggunaan X oleh NCT dan grup K-Pop lainnya telah mengubah pola konsumsi media di kalangan penggemar, menjadikan platform ini sebagai sumber informasi utama yang bahkan kadang mendahului media lainnya. Fenomena ini mencerminkan pergeseran signifikan dalam cara informasi dikonsumsi dan disebar di era digital, khususnya dalam budaya penggemar K-Pop

Perkembangan platform media sosial telah mengubah cara penggemar K-Pop dalam mengakses dan memenuhi kebutuhan informasi mereka. Platform X menjadi salah satu media sosial yang paling diminati oleh penggemar fanatik K-Pop karena karakteristiknya yang real-time dan interaktif. Bagi penggemar fanatik K-Pop, platform X tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga menjadi sumber utama dalam memenuhi kebutuhan informasi terkait idola mereka. Penggemar fanatik K-Pop, yang sering disebut sebagai "stan" atau "hardcore fans", memiliki tingkat keterlibatan yang sangat tinggi dalam mengikuti perkembangan idola mereka. Mereka memanfaatkan berbagai fitur di platform X seperti hashtag, trending topics, dan sistem retweet untuk tetap mendapatkan informasi terbaru. Akun-akun fanbase dan autobase menjadi rujukan utama karena menyediakan berbagai konten mulai dari jadwal kegiatan, berita terbaru, hingga konten-konten eksklusif terkait idola mereka. Intensitas penggunaan platform X oleh penggemar fanatik K-Pop dapat terlihat dari frekuensi akses yang tinggi, partisipasi aktif dalam percakapan dan diskusi, kontribusi dalam menyebarkan dan membagikan informasi, serta keterlibatan dalam berbagai aktivitas digital seperti voting dan streaming.

Intensitas penggunaan platform X oleh penggemar fanatik K-Pop juga menimbulkan berbagai dampak dalam perilaku bermedia mereka. Penggemar cenderung menghabiskan waktu yang signifikan untuk memantau timeline, berpartisipasi dalam diskusi, dan terlibat dalam berbagai aktivitas digital. Hal ini menunjukkan bagaimana platform X telah menjadi bagian integral dari kehidupan penggemar fanatik K-Pop dalam upaya mereka memenuhi kebutuhan informasi dan mempertahankan konektivitas dengan komunitas penggemar global. Penggemar K-

Pop biasanya berinteraksi melalui akun media sosial yang mereka buat sendiri yang disebut fan account. Fan account digunakan untuk membahas, mendukung, dan berbagi informasi tentang idola K-Pop yang mereka gemari. Selain fan account, penggemar K-Pop juga berinteraksi melalui akun autobase yang memfasilitasi pengguna X untuk mempublikasikan pesan tanpa mengungkapkan identitas asli mereka. X memiliki keunggulan dalam memfasilitasi kelompok dengan tujuan yang sama untuk saling berbagi dan bertukar informasi, seperti kelompok penggemar K-Pop.

Dalam perannya sebagai fasilitator diskusi publik, X telah mengembangkan akun *autobase*. Akun X *autobase* adalah akun yang menggunakan teknologi otomatisasi (bot) untuk menghasilkan konten dan berinteraksi dengan pengguna lainnya. Akun *autobase* ini dirancang untuk secara otomatis mempublikasikan tweet-tweet yang sebelumnya telah diprogram. Akun *autobase* digunakan untuk berbagai tujuan, termasuk menyebarkan informasi dan berinteraksi dengan pengguna X lainnya. Kehadiran akun autobase mencerminkan adaptasi pengguna terhadap algoritma dan fitur X, memungkinkan penyebaran informasi secara lebih efisien dan terstruktur. Mereka sering digunakan untuk agregasi konten, curating informasi dari berbagai sumber, dan bahkan sebagai saluran komunikasi komunitas tertentu. Bagi penggemar K-Pop, akun autobase bisa berfungsi sebagai hub informasi yang mengumpulkan dan mendistribusikan berita, update, dan konten terkait idola atau grup tertentu. Namun, penggunaan autobase juga membawa tantangan tersendiri. Otomatisasi dapat mempercepat penyebaran informasi palsu atau misleading jika tidak dikelola dengan baik. Selain itu, interaksi dengan bot dapat mengurangi aspek personal dari pengalaman bermedia sosial. Di sisi lain, jika dimanfaatkan secara bijak, akun autobase dapat menjadi alat yang sangat kuat untuk mengorganisir dan menyebarkan informasi dalam skala besar.

Salah satu akun *autobase* bagi penggemar idol K-Pop yang menonjol adalah akun X @nct_menfess. Akun ini membiarkan para pengikutnya berbagi informasi seputar NCT. Akun *autobase* @nct_menfess telah aktif sejak Juni 2020 hingga saat ini. Untuk menggunakan akun ini, pengguna X harus mengikuti akun @nct_menfess agar dapat mengirimkan tweet melalui akun tersebut melalui direct

message dan menggunakan kata kunci tertentu. Hingga saat ini, akun *@nct_menfess* telah memiliki lebih dari 500 ribu pengikut.

Tujuan utama dibuatnya akun *@nct_menfess* adalah sebagai sarana bagi penggemar NCT untuk berkomunikasi, berdiskusi, dan bertukar informasi seputar NCT dengan penggemar lainnya, terlepas dari apakah mereka saling mengenal atau mengikuti satu sama lain. Melihat jumlah pengikut yang besar, yaitu lebih dari 500 ribu pengikut, penelitian tentang pemanfaatan akun *autobase @nct_menfess* serta alasan di balik pengguna X dalam menggunakan layanan tersebut menjadi topik yang menarik untuk diteliti. Dengan demikian, penelitian dengan judul "Pengalaman Informasi Pengguna Akun X *Autobase @nct_menfess* sebagai Pemenuhan Kebutuhan Informasi Penggemar NCT di Indonesia" dilakukan untuk mempelajari lebih lanjut mengenai penggunaan dan peran akun *autobase* tersebut dalam pemanfaatannya oleh penggemar NCT di Indonesia

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah sebagai berikut :

Bagaimana pengalaman penggemar boy group Korea pengguna media sosial dalam memenuhi kebutuhan informasi tentang idola?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukan penelitian ini adalah :

Untuk mengetahui pengalaman penggemar boy group Korea pengguna media sosial dalam memenuhi kebutuhan informasi tentang idola

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun kegunaan penelitian dibagi menjadi dua bagian, yaitu :

1. Secara Akademis

Penelitian ini diharapkan bisa menjawab persoalan yang diteliti sehingga dapat menjadi pengembangan wawasan dan ilmu pengetahuan dalam ilmu komunikasi khususnya pada penggunaan media sebagai alat komunikasi dan sumber informasi, dan menjadi referensi bagi pembaca untuk menyelesaikan penelitian berikutnya.

2. Secara Praktis
 - a. Menjadi pertimbangan bagi semua khalayak dalam memilih media untuk dijadikan sebagai alat komunikasi dan mendapatkan informasi
 - b. Dapat membantu akademis lainnya dalam penelitian yang ada kaitannya dengan masalah aktivitas komunikasi menggunakan media dan menjadi sebuah referensi.

