

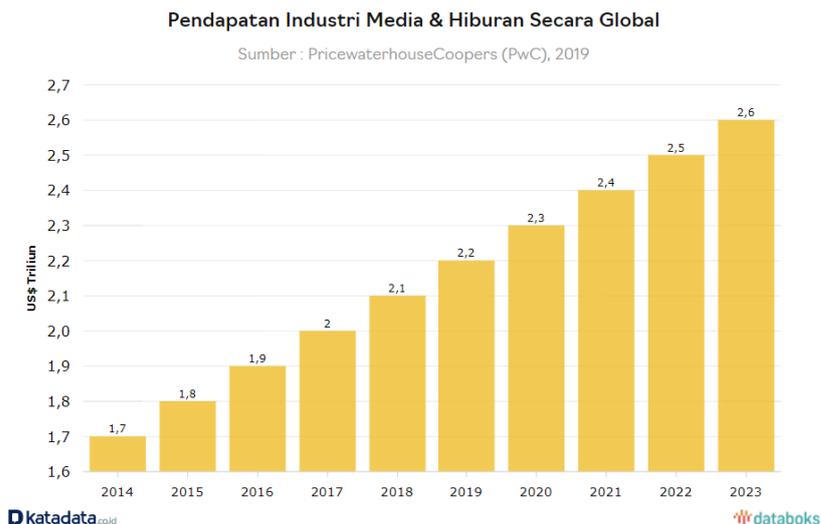
# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan industri media dan hiburan di dunia memang selalu mengalami peningkatan drastis dan terus menghasilkan sebuah tren-tren baru yang berdampak besar pada dunia. Hal ini didukung dengan data dari PricewaterhouseCoopers (PWC) yang tercantum pada Katadata bahwa pendapatan industri media dan hiburan secara global selalu meningkat dari tahun 2014 hingga saat ini. Saat ini, pada 2021, pendapatan global industri hiburan sebesar 2,4 US\$ Triliun, meningkat 0,1 US\$ Triliun dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Data yang tercantum pada katadata ini pun memprediksi pertumbuhan pendapatan hingga tahun 2023 (Pusparisa, 2019).

Gambar 1.1 Penapatan Industri Media dan Hiburan Secara Global

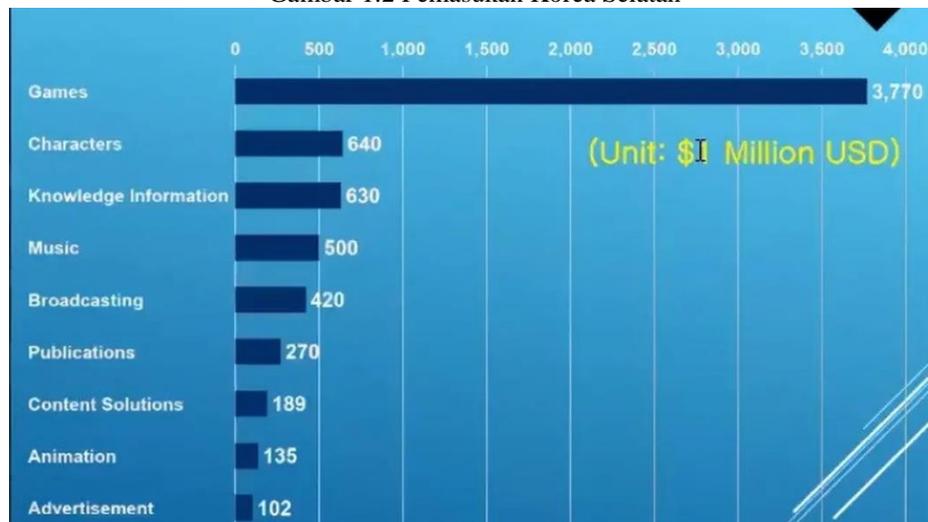


Sumber: (Pusparisa, 2019)

Sama halnya di Korea Selatan, perkembangan industri media dan *entertainment* juga berkembang dengan pesat semenjak dua dekade yang lalu. Beriringan dengan budaya Korea yang meluas, fenomena ini dikenal dengan Hallyu atau “Korean Wave”. Korean Wave ini identik dengan Korean Pop, Korean Drama, dan *variety show* yang juga turun menyajikan budaya Korea secara tersirat (Maulia, 2020).

Pada 2020, Dr. Andrew Eungi Kim, professor Korea University menyampaikan bahwa K-pop atau industri musik Korea Selatan menyumbang 500\$ Juta (Rp 7,365,150,000,000) sebagai pemasukan negara Korea Selatan. Dibandingkan dengan *broadcasting* seperti Korean drama dan *variety show*, K-Pop memberikan pendapatan yang lebih besar untuk negara (Yulianingsih, 2020).

Gambar 1.2 Pemasukan Korea Selatan

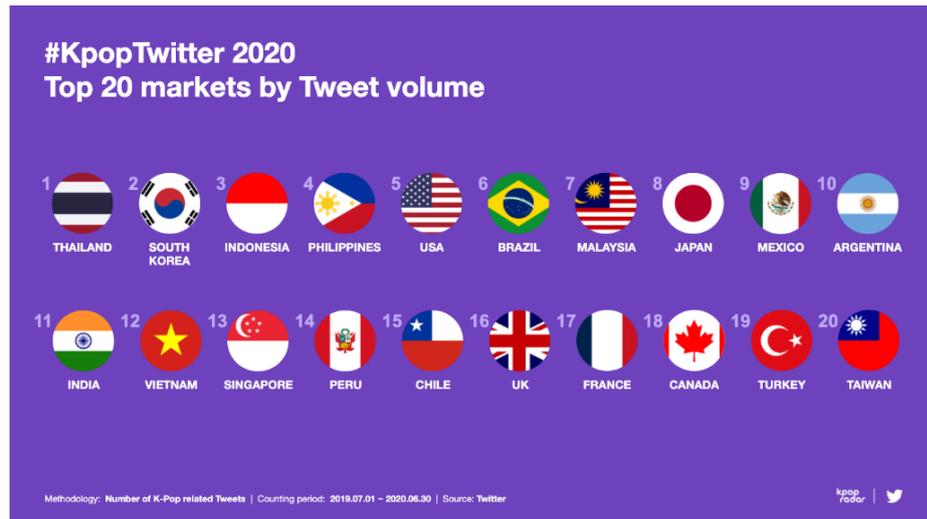


Sumber: (Yulianingsih, 2020)

Dampak dari Korean Wave khususnya K-Pop pun dirasakan di Indonesia khususnya di generasi Milenial hingga generasi Z. Buktinya,

Twitter mengambil data bahwa Indonesia berada di posisi ketiga dari 20 negara yang menunjukkan antusiasme tinggi terhadap K-pop ini (YeonJeong, 2020).

Gambar 1.3 Top 20 Markets by Tweet Volume



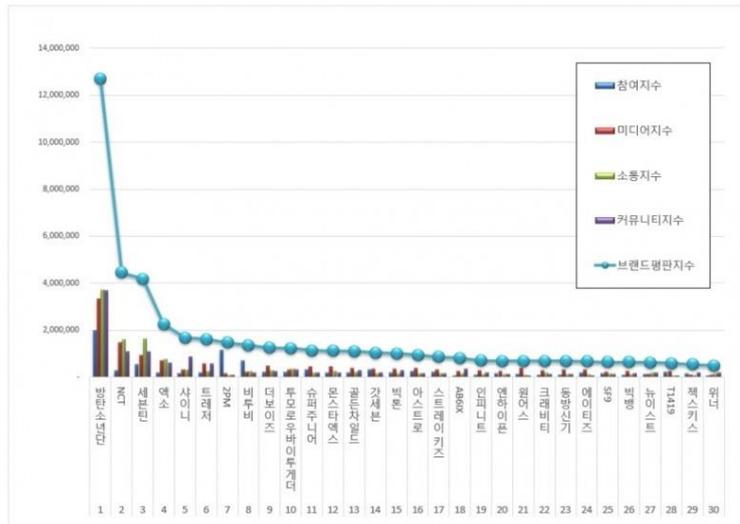
Sumber: (YeonJeong, 2020)

Bangtan Sonyeondan atau Beyond The Scene (selanjutnya BTS) menjadi salah satu grup K-POP yang mendominasi para penggemar di Indonesia. Grup yang memiliki anggota tujuh orang ini memulai karirnya dengan *debut* pada 13 Juni 2013 (Entertainment, 2020). Perjuangan dan kerja keras RM, Jin, SUGA, j-hope, V, JIMIN, dan Jungkook selama delapan tahun belakangan menjadi faktor utama BTS meraih kesuksesan seperti sekarang ini. Hingga saat ini, BTS banyak memecahkan rekor baru yang sebelumnya tak pernah dipecahkan oleh grup idola Korea Selatan.

BTS memegang rekor peraih seratus juta *views* Youtube tercepat. Selain itu, BTS juga menjadi grup Korea Selatan pertama yang berhasil tampil dalam Grammy Awards 2021. Hingga Februari 2021, BTS memiliki

*brand reputation* terbaik dibandingkan *Korean boy group* yang lain (Writer, 2021). Tak hanya di Korea Selatan, BTS juga merajai pasar Indonesia.

Gambar 1.4 Data Brand Reputation Korean Boy Group



Sumber: Kpoppost (Writer, 2021)

Gambar 1.5 Poster Map Of The Soul Tour



Sumber: BigHit Entertainment, 2020

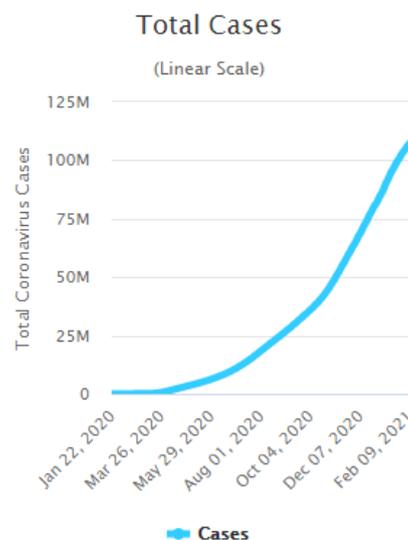
Pada awal tahun 2020, BigHit Entertainment, selaku agensi BTS, mengumumkan bahwa BTS akan menjalan *world tour* dengan judul ‘Map of

The Soul' yang dimulai pada April 2020 di Korea Selatan, lanjut ke Amerika Serikat, Jepang, dan Eropa (Yglesias, 2020).

Pandemi global yang dialami dunia menyebabkan perubahan kebiasaan manusia dalam beraktivitas. Pandemi global disebabkan oleh munculnya virus SARS-CoV-2 yang menyebabkan penyakit Covid-19. Virus ini mulai dilaporkan kepada dunia pertama kali oleh China pada akhir tahun 2019.

Pada penghujung 2019, World Health Organization (WHO) di China mendapat informasi terkait kemunculan penyakit pneumonia yang tidak diketahui penyebabnya. di Kota Wuhan, Provinsi Hubei, China terdeteksi pasien terkena infeksi pernapasan akut atau dengan bahasa medis pneumonia. Pihak berwenang di China berpendapat bahwa sebagian pasien yang terkena oleh COVID-19 adalah pedagang yang berjualan di Pasar Ikan Huanan (Azanella, 2020).

Gambar 1.6 Global Cases COVID-19



Sumber: Worldometer.com (2021)

Penyebaran virus yang sangat cepat mengakibatkan tingginya lonjakan jumlah pasien yang terkena virus COVID-19. Melansir data worldometer (2021), pada 11 Februari 2021, tercatat 107.861.936 orang terinfeksi virus COVID-10, dan 2.365.119 orang meninggal dunia. Meskipun tingkat kematian hanya sekitar tiga persen, tetap saja para pasien mengalami dampak negatif jika sudah terpapar oleh COVID-19.

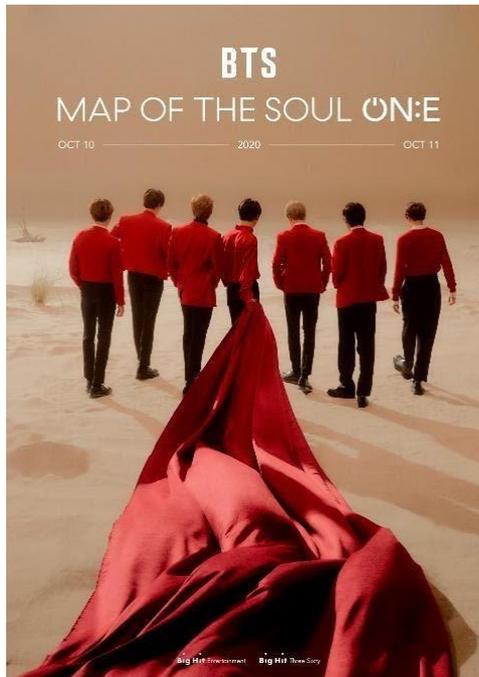
Dengan hal ini, pemerintah dunia mulai memberlakukan *lockdown* atau pembatasan daerah tertentu untuk mengurangi penyebaran virus covid-19. Tindakan *lockdown* dan penyebaran virus di dunia menyebabkan beberapa *event* besar dibatalkan, seperti Konferensi TED 2020, Festival Musik Tomorrowland, Coachella, Festival Film Praha, dan BTS World Tour Concert (Dewi, 2020).

Adanya pandemi global juga berpengaruh pada berlangsungnya konser 'Map of The Soul'. BigHit Entertainment menyampaikan bahwa Map of The Soul 2020 World Tour, yang seharusnya dimulai pada April 2020 akan di jadwalkan ulang (Yglesias, 2020).

Dengan segudang prestasi yang dimiliki oleh BTS, wajar saja bisa mendapatkan banyak penggemar setia yang biasa disebut ARMY yang merupakan akronim dari Adorable Representative M.C. for Youth, mengalami kekecewaan karena batalnya seluruh konser Map of The Soul 2020 yang sudah dijadwalkan. Tak tinggal diam, BigHit Entertainment menjawab keresahan para ARMY dengan membuat konser *online* yang disebut 'Map of The Soul ON:E' Konser ini dapat ditonton secara *live* dan

*online* pada waktu yang bersamaan. Weverse menjadi sarana dalam konser *online* BTS kali ini (JiWon, 2020).

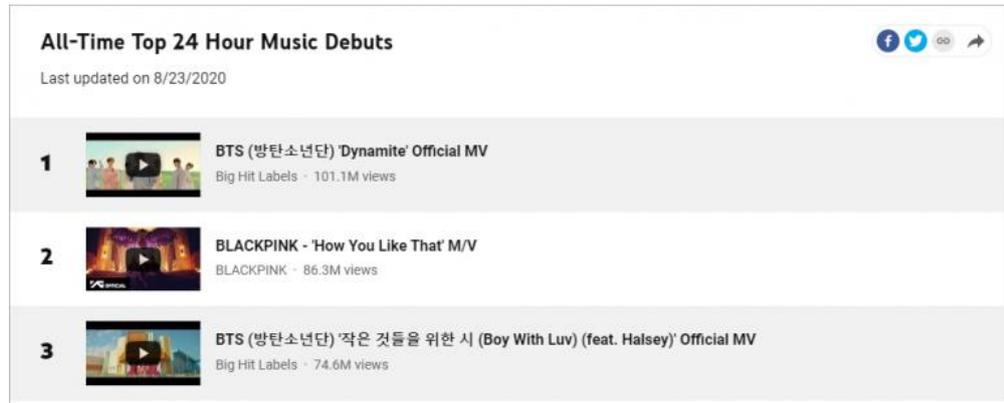
Gambar 1.7 Poster Map of The Soul ON:E



Sumber: Twitter @bts\_bighit

ARMY sering mendapat sorotan publik karena efeknya yang *massive*. Dalam *music video* “Dynamite” yang dirilis oleh BigHit Entertainment pada 21 Agustus 2020, menjadi pemecah rekor dan berhasil mendapatkan 101,1 juta viewers dalam waktu 24 jam. Angka ini jauh lebih tinggi dibandingkan dengan rekor sebelumnya (Septina, 2020). ARMY merayakan pencapaian mereka dengan membuat *trending topic* menggunakan tagar #Dynamite100MViewsIn24Hrs di Twitter.

Gambar 1.8 All-Time Top 24 Hour Music Debuts



Sumber: (Farley, 2020)

Tak hanya ARMY di seluruh dunia, Tak disangka bahwa Indonesia memiliki ARMY atau penggemar BTS terbanyak di dunia (Pemita, 2017). Maka dari itu, peneliti memilih para fans BTS di Indonesia untuk menjadi populasi untuk melakukan penelitian ini.

Tentunya, pengalaman mengikuti sebuah konser akan sangat berbeda jika dilakukan secara *online*. Jago dan Shaw dalam Morgan (2008), menyampaikan bahwa peristiwa yang hanya terjadi satu kali atau jarang terjadi dengan durasi terbatas yang memberikan konsumen pengalaman yang spesial. Melihat adanya inovasi baru dari sebuah *event*, mendorong penulis untuk meneliti *event experience* yang dirasakan oleh penggemar BTS pada saat menonton konser secara *online*.

Dalam penelitian ini, *event experience* akan diukur dari sudut pandang para fans yang mengikuti *event online concert* yang sudah diadakan. *Event* menurut Doty dalam Pudjiastuti (2010), terdapat enam komponen penting yang harus diperhatikan yaitu, *timing, public figure, promotions, trend, news value, unexpected result*. *Event Experience* akan diukur oleh tiga dimensi

yang diutarakan oleh Akyıldız, et al. (2013) pada jurnalnya, yaitu *Emotional Experience, Escapist and Relaxation Experience, Social* dan *Nostalgic Experience*.

## 1.2 Rumusan Masalah

Pada satu dekade terakhir, industri media dan hiburan bertumbuh dengan cepat. Buktinya pada 2021, pendapatan industri media dan hiburan mendapatkan 2,4 US\$ Triliun. Salah satu bentuk dari perkembangan industri media dan hiburan adalah munculnya Korean Wave atau Hallyu. Korean Wave ini termasuk Korean Pop, Korean Drama, dan Variety Show.

BTS menjadi salah satu *boy group* yang paling diminati oleh pecinta K-pop di Indonesia, buktinya fans BTS terbanyak ada di Indonesia. Akibat pandemi COVID-19, BTS gagal mengadakan konser dunia mereka yang berjudul “Map of The Soul Tour”. Sebagai gantinya, BigHit Entertainment selaku agensi naungan BTS mengadakan sebuah konser *online* yang berjudul “Map of The Soul ON:E” yang dapat dihadiri oleh fans BTS di seluruh dunia. Adanya kebaruan dari pelaksanaan sebuah *event* dengan metode virtual, peneliti tertarik untuk meneliti pengaruh dari sebuah event yang diadakan virtual terhadap *event experience* para penontonnya. Dengan mengukur dimensi *event* dari Doty dalam Pudjiastuti (2010) terhadap *event experience* yang diukur dengan dimensi oleh Sevil, et al. (2013). Penelitian kali ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dan menggunakan metode survei kepada ARMY di Indonesia.

### 1.3 Pertanyaan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah tersebut, pertanyaan penelitian yang menjadi landasan penelitian dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh *Online Concert* “Map of The Soul ON:E” terhadap *Event Experience* ARMY Indonesia?
2. Berapa persentase pengaruh *Event Online Concert* “Map of The Soul ON:E” terhadap *Event Experience* ARMY Indonesia?

### 1.4 Tujuan Penelitian

Mengacu dari pertanyaan penelitian, adanya penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh *Event Online Concert* “Map of The Soul ON:E” terhadap *Event Experience* ARMY Indonesia
2. Untuk mengetahui berapa persentase pengaruh *Event Online Concert* “Map of The Soul ON:E” terhadap *Event Experience* ARMY Indonesia

### 1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai materi tambahan dalam pembelajaran dan kajian akademis dalam bidang ilmu

komunikasi pada ranah *event* baru yaitu *online concert* serta melihat *event experience* penggemar meskipun diadakan *event* secara *online*.

## 2. Manfaat Praktis

Penelitian kali ini bermanfaat bagi praktisi-praktisi maupun pekerja industri yang terkait serta dapat dijadikan bahan sumber referensi untuk mengadakan *event online concert* selanjutnya dan evaluasi bagi BigHit Entertainment dan BTS dalam melaksanakan konser-konser BTS atau artis lain berikutnya.