



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1.1 Latar Belakang Masalah

Popularitas K-Pop di Indonesia tidak perlu diragukan lagi. Berasal dari negeri ginseng, Korea Selatan, K-Pop mendapat tempat tersendiri di hati para penggemarnya. Fenomena ini kemudian dikenal dengan *Hallyu Wave* atau Gelombang Korea. Istilah *Hallyu Wave* (한류) merupakan istilah yang awalnya digunakan reporter Korea untuk mendeskripsikan konser grup H.O.T yang diadakan di Beijing Workers' Gymnasium pada Februari 2000 (*Korean Culture and Information Service, 2016*). Ketertarikan masyarakat terhadap K-Pop membuat masyarakat menjadi tertarik untuk mempelajari budaya dan bahasa Korea. Tidak hanya itu, kepopuleran K-Pop kemudian mendorong penggemar yang didominasi oleh remaja putri untuk juga mengikuti gaya *fashion* artis-artis Korea. Gaya *fashion* ala Korea kini dapat dengan mudah kita jumpai. Tidak hanya dari segi *fashion*, tapi juga dari *make-up*. Dandanan ala Korea kini menjadi favorit. Bahkan kita dapat dengan mudah menemukan *brand* kosmetik yang berasal dari Korea seperti *The Face Shop, Etude House, Skin Food*, dan lainnya.

Istilah *Hallyu Wave* awalnya sama sekali tidak dikenal oleh masyarakat Indonesia. Ketertarikan masyarakat berawal dari tayangan serial drama Korea

“*Autumn In My Heart*” yang ditayangkan di salah satu televisi swasta, RCTI, pada tahun 2002. Kepopuleran serial drama ini kemudian membuat semakin banyak serial drama Korea yang tayang di televisi swasta Indonesia. Setelah *Autumn In My Heart*, kita juga mengenal serial drama Korea lainnya yang juga tidak kalah terkenalnya yaitu “*Full House*”, “*Jewel in the Palace*”, “*All About Eve*”, “*Memories of Bali*”, dan “*Stairway to Heaven*” (Siwon, 2015). Dari awal tahun 2000 sampai 2006, ketertarikan masyarakat akan serial drama Korea begitu tinggi dan kemudian mencapai puncaknya ketika drama “*Boys Before Flower*” yang populer pada tahun 2009. Sampai saat ini, beberapa stasiun televisi swasta masih sering memutar ulang serial-serial drama tersebut dan juga memutar serial-serial drama baru yang tidak kalah menariknya.

Dari serial drama, *Hallyu Wave* kemudian merambah ke bidang lain yaitu musik. Rain yang merupakan aktor utama di serial *Full House* mengejutkan penggemar serial drama ini karena banyak penggemar yang mengetahui karir Rain berawal sebagai penyanyi solo yang terkenal di Korea. Sejak saat itu, ketertarikan penggemar terhadap musik Korea semakin meningkat. Penggemar kemudian mengenal penyanyi, grup, serta band-band Korea seperti BoA, Lee Hyori, TVXQ, Super Junior, SS501, Girls’ Generation, Epik High, FT Island, CNBLUE, dan lainnya. Tidak hanya sampai bidang musik, *Hallyu Wave* kemudian merambah ke bidang lain yaitu *variety show*. Pada rentang tahun 2008-2009, para penggemar mengenal “*Family Outing*”, *variety show* yang disiarkan oleh SBS di Korea. Penggemar dapat

menyaksikan acara tersebut lewat forum serta lewat Youtube dengan *subtitle* dalam bahasa Inggris yang telah diterjemahkan oleh beberapa penggemar secara sukarela. Kemudian pada rentang waktu 2011-2012, *variety show* “*Running Man*” juga mulai populer dan digemari oleh penggemar karena pengemasan program yang menarik dengan alur cerita serta permainan yang menarik dan kepribadian anggota *Running Man* yang kocak yang mengundang gelak tawa.

Semakin berkembangnya minat masyarakat terhadap *Hallyu Wave* kemudian membuat para penggemar membentuk suatu komunitas untuk saling bertukar informasi tentang idola dan acara-acara favorit mereka. Tidak hanya itu, beberapa penggemar kemudian bergabung untuk membentuk sebuah blog agar mereka bisa menyebarkan informasi-informasi terkini seputar K-Pop yang telah diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia dan bahasa Inggris. Blog-blog yang paling sering diakses oleh penggemar adalah *asianfansclub.wordpress.com* dan *koreanindo.wordpress.com*. Yang paling menarik dari situs-situs yang menyediakan *update* informasi tersebut adalah situs-situs tersebut merupakan situs non-komersil, dimana author-nya tidak mencari profit, melainkan melakukannya secara sukarela (Nastiti, 2010 h. 5).

Namun kebutuhan penggemar akan informasi yang berhubungan dengan K-Pop tidak cukup sampai di situ. Berkembangnya teknologi informasi dan munculnya sosial media seperti Facebook dan Twitter kemudian menjadi wadah baru bagi para penggemar untuk menambah teman dan saling bertukar informasi seputar K-Pop.

Penggemar bisa berinteraksi dengan sesama penggemar lainnya tanpa perlu menghiraukan jarak, bahasa, dan nasionalitas.

Twitter merupakan sosial media yang paling sering digunakan oleh para penggemar untuk berinteraksi dengan sesama penggemar dan untuk mencari informasi terbaru yang berkaitan dengan K-Pop. Penggemar melihat Twitter sebagai wadah bagi mereka untuk saling berkenalan dan menjalin komunikasi dengan sesama penggemar, kemudian membuat akun dan menambahkan beberapa informasi yang menunjukkan jati dirinya sebagai penggemar grup atau penyanyi tertentu. Dengan begitu, ia bisa “bertemu” dengan penggemar lainnya dan kemudian berteman layaknya sahabat yang sudah saling mengenal satu dengan yang lain selama bertahun-tahun.

Komunikasi yang terjalin lewat sosial media kemudian menumbuhkan perasaan saling percaya dan kedekatan antara penggemar yang satu dengan penggemar yang lain. Komunikasi yang terjalin sama sekali tidak canggung. Awal perkenalan yang biasa karena menyukai idola yang sama, kemudian terjalinlah percakapan antara keduanya. Dari percakapan-percakapan yang mereka lakukan, menumbuhkan perasaan yang sama yang menunjukkan bahwa mereka menyukai idola yang sama dan memiliki *interest* yang sama sehingga komunikasi terus terjalin dengan intens.

Dari pemaparan di atas, peneliti ingin meneliti bagaimana penggemar K-Pop berinteraksi lewat sosial media dan bagaimana para penggemar membentuk konsep dirinya sebagai penggemar lewat interaksi, profil akun dan bahasa yang mereka gunakan di sosial media. Fenomena ini sangat menarik karena K-pop begitu digemari oleh remaja di Indonesia dan kebutuhan mereka mencari teman sangatlah tinggi untuk saling berbagi pengalaman mereka menyukai idola yang sama.

Topik ini menarik untuk diteliti karena komunikasi yang terjalin antara penggemar K-Pop di sosial media sangat unik karena interaksi antara penggemar ada karena mereka memiliki grup kesukaan yang sama dan memiliki istilah-istilah khusus yang hanya diketahui oleh mereka. Selain itu peneliti juga melihat jarang ada peneliti lain yang mengangkat topik ini. Peneliti ingin mengetahui faktor-faktor apa saja yang mendukung komunikasi yang para terjalin di antara penggemar K-Pop di media sosial serta istilah-istilah yang mereka gunakan saat menjalin interaksi dengan sesama penggemar di media sosial sehingga mereka membentuk identitas diri mereka sebagai seorang penggemar di media sosial.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berangkat dari latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka penelitian ini berupaya untuk menjawab permasalahan mengenai:

1. Bagaimana proses komunikasi antar penggemar dapat terjadi di Twitter?

2. Simbol-simbol serta bahasa apa yang digunakan antar penggemar saat berinteraksi satu dengan yang lain di Twitter?
3. Bagaimana interaksi sosial, simbol yang dipakai, bahasa yang digunakan dan profil akun Twitter memengaruhi proses pembentukan identitas diri penggemar di Twitter?
4. Bagaimana pemaknaan identitas diri penggemar dapat diketahui?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui proses komunikasi yang dilakukan antar penggemar K-Pop di Twitter.
2. Mengetahui pemakaian istilah-istilah yang digunakan saat sesama penggemar berinteraksi di Twitter.
3. Interaksi sosial, istilah-istilah yang digunakan, serta profil akun Twitter penggemar dalam pembentukan identitas diri penggemar di Twitter.
4. Mengetahui pemaknaan identitas diri penggemar K-Pop di Twitter.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian dibagi menjadi dua bagian, yaitu manfaat akademis dan manfaat praktis.

#### **1.4.1 Manfaat Akademis**

Penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti diharapkan dapat menambah jumlah penelitian terkait dengan topik komunikasi di media sosial, interaksi yang dilakukan lewat media sosial, dan juga mengenai studi K-Pop khususnya *fan studies*. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti-peneliti komunikasi lainnya.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan baru bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi dan masyarakat luas, khususnya para penggemar K-Pop terkait dengan komunikasi yang terjalin di media sosial dan proses pembentukan identitas diri melalui sosial media.

UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA