



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

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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. Latar Belakang Penelitian

Internet merupakan salah satu perkembangan teknologi yang dapat membuat masyarakat lebih mudah untuk mengakses informasi dan melakukan komunikasi dengan mudah, hal ini yang dapat menyebabkan pertumbuhan internet semakin meningkat salah satunya di Indonesia (Ramadhani, 2014, p. 2). Pertumbuhan internet yang paling banyak digunakan masyarakat Indonesia adalah media sosial, berdasarkan data dari We Are Social pada tahun 2021 menjelaskan pengguna aktif media sosial di bulan januari 2021 sebanyak 170 juta pengguna. Jika dihitung menggunakan presentase populasi pengguna aktif media sosial mencapai 61,8% dengan perubahan angka penggunaa aktif sosial media mengalami kenaikan sebesar 6,3% atau 10Juta pengguna dari sebelumnya. Kemudian media sosial diakses menggunakan *smartphone* dengan jumlah pengguna sebanyak 168,5 juta orang dengan presentase 99,1% yang artinya hampir semua pengguna mengakses media sosial menggunakan *smartphone* (We Are Social, 2021). Hal ini menyebabkan budaya korea salah satunya K-pop (*Korean popular*) masuk ke Indonesia dengan mudah.

Keberadaan media sosial seperti Facebook, Twitter, Youtube, Instagram menjadi proses pertama dalam peyebaran budaya korea atau K-pop ke seluruh belahan dunia salah satunya Indonesia, dengan kata lain media sosial sebagai

salah satu media pertama dalam penyebaran budaya. Hal ini menjadi penyebab munculnya pro dan kontra terhadap K-pop yang masuk ke Indonesia sehingga orang – orang yang gemar terhadap *idol* K-pop sulit mengekspresikan dirinya di media sosial dikarenakan beberapa dari orang – orang yang kontra terhadap K-pop (*hatters idol* K-pop) melakukan pelontaran ujaran kebencian kepada penggemar *idol* K-pop maupun *idol* K-pop (Aini, 2019, pp. 2-4).

Ujaran kebencian (*hate speech*) sebuah tindakan yang dilakukan oleh satu individu dan komunitas di media sosial dalam bentuk provokasi, hasutan, dan hinaan terhadap satu individu atau kelompok lain yang terkait dengan aspek RAS, warna kulit, gander, agama, dan kewarganegaraan (IndonesiaBaik.id, 2019). Sementara itu penggemar *idol* k-pop seringkali mendapatkan ujaran kebencian dalam aspek agama.

Gambar 1.1 Contoh ujaran kebencian dalam aspek agama



Sumber : twitter/@meleburssi

Contoh pada gambar 1.1 dapat dijelaskan bahwa *hatter* K-pop dari akun @meleburssi melakukan ujaran kebencian dengan membawa aspek agama dalam tulisannya. Sementara itu tujuan dari ujaran kebencian di media sosial terhadap penggemar *idol* dilakukan agar korban ujaran kebencian merasakan sakit hati dan

merasa sulit untuk berekspresi di media sosial terkait kegemaran yang mereka miliki. Kasus ujaran kebencian ini menimbulkan penggemar *idol* K-pop yang menjadi korban melakukan pembelaan dengan memberikan respon negatif kepada pelaku dengan cara memberikan komentar negatif kepada pelaku. Hal ini dilakukan untuk melakukan pembelaan dan perlindungan atas dirinya (Rinaldi & Nailul, 2020, p. 74). Untuk itu diperlukan literasi media kepada pengguna media sosial untuk mengurangi ujaran kebencian semakin meningkat.

Literasi media merupakan kemampuan dalam bersikap dan menjaga etika di media sosial sehingga dapat memberikan citra diri yang baik (Adhiarso & Suryanto, 2018, p. 4). Berdasarkan survei dari Kementerian Komunikasi dan Informatika tahun 2020 secara nasional, Indeks literasi media masih berada pada level “sedang” (Kementerian Komunikasi dan Informasi, 2020). Hal ini menjadikan literasi media penting diterapkan kepada pengguna media sosial dan dalam penelitian ini kepada penggemar *idol* K-pop di Indonesia agar dapat memberikan respon terhadap ujaran kebencian yang diterima secara positif.

penelitian ini merupakan penelitian lanjutan dari penelitian yang dilakukan oleh Anwar, Akram, & Alimudin (2020). Peneliti sebelumnya melakukan penelitian terkait dengan *cyberbullying* di kalangan penggemar K-pop yang terjadi di media sosial, peneliti selanjutnya ingin melakukan penelitian terkait ujaran kebencian atau *hate speech* di kalangan penggemar *idol* K-pop.

Anwar, Akram, & Alimudin (2020) menyebutkan penggunaan media sosial khususnya penggemar *idol* K-pop rentan menjadi pelaku dan korban *cyberbullying*

seperti *hate speech*, *spamming*, *hacking*, *hate comment*, dan fanwar. Hal ini menjadikan pengguna media sosial harus memahami etika dalam menggunakan media sosial untuk menghindari kejahatan secara daring yang dapat merugikan diri sendiri dan orang lain.

Selain itu, berdasarkan penelitian – penelitian literasi media yang dilakukan di Indonesia, penelitian ini dinilai penting untuk mengetahui sejauh mana tingkat literasi media penggemar *idol* K-pop di Indonesia. Kemudian, melalui penelitian sebelumnya peneliti menemukan bahwa penggemar *idol* K-pop yang terlalu fanatik dapat menyebabkan prilakunya kurang terkontrol sehingga menimbulkan celaan, hinaan, dan komentar negatif di media sosial.

Melalui paparan tersebut, peneliti ingin melihat pengaruh tingkat literasi media penggemar *idol* K-pop di Indonesia dalam merespon ujaran kebencian (*hate speech*) di media sosial melalui metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Peneliti menggunakan penggemar *idol* K-pop dalam penelitian ini dikarenakan K-pop merupakan salah satu budaya korea yang sedang berkembang pesat dan meluas secara global dalam dua tahun terakhir, salah satunya di Indonesia. Selain itu, peneliti melihat bahwa penggemar *idol* K-pop di Indonesia mendapatkan peringkat ke-3 sebagai penggemar aktif di sosial media (Sarajwati, 2020). Selain itu, peneliti ingin menjawab seberapa besar respon positif yang diberikan penggemar *idol* K-pop Indonesia terhadap ujaran kebencian yang didapatkan di media sosial untuk mencegah terjadinya ujaran kebencian semakin meningkat.

Penelitian ini dinilai sangat penting untuk dilakukan karena riset dan penelitian mengenai tingkat literasi media penggemar *idol* K-pop tidak tersedia dan belum pernah dilakukan. Selain itu, seberapa besar kemampuan penggemar *idol* K-pop Indonesia dalam memberikan respon positif di media sosial masih belum banyak dilakukan. Penelitian melihat pengaruh tingkat literasi media penggemar *idol* K-pop di Indonesia dalam merespon ujaran kebencian di media sosial diharapkan dapat menjadi gambaran seberapa besar tingkat literasi media yang dimiliki oleh penggemar *idol* K-pop serta seberapa besar kemampuan penggemar *idol* K-pop dalam memberikan respon positif di media sosial terkait dengan ujaran kebencian yang diterima. Kedepannya hal ini juga dapat memiliki potensi kepada pengguna media sosial khususnya penggemar *idol* K-pop sehingga dapat menanggapi ujaran kebencian di media sosial dengan bijak.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, membuktikan bahwa penerapan literasi media di Indonesia masih berada di level “sedang” dan belum cukup maksimal ditambah dengan adanya budaya korea yang masuk ke Indonesia menyebabkan pro dan kontra antara penggemar *idol* K-pop dengan *hatters* K-pop di media sosial. Hal ini yang menyebabkan penggemar *idol* K-pop menjadi sulit untuk mengekspresikan dirinya di media sosial dikarenakan sebagian dari mereka mendapatkan ujaran kebencian dari *hatters* atau orang-orang yang tidak menyukai K-pop. Namun, tidak sedikit dari penggemar *idol* K-pop yang memberikan respon terhadap ujaran

kebencian yang mereka dapatkan di media sosial secara negatif maupun positif.

Oleh sebab itu peneliti merumuskan masalah sebagai berikut :

Seberapa besar pengaruh literasi media penggemar *idol* K-pop di Indonesia dalam memberikan respon terhadap ujaran kebencian (*hate speech*) di media sosial?

### **1.3.Pertanyaan Penelitian**

Untuk melihat besarnya pengaruh literasi media penggemar *idol* K-pop di Indonesia dalam merespon ujaran kebencian (*hate speech*) di media sosial. maka pertanyaan penelitian dalam penelitian ini yaitu.

- a. Seberapa tinggi tingkat literasi media penggemar *idol* k-pop di Indonesia ?
- b. Seberapa besar kemampuan penggemar *idol* K-pop dalam memberikan respon positif terhadap ujaran kebencian di media sosial ?
- c. Apakah kemampuan penggemar *idol* k-pop dalam merespon ujaran kebencian di media sosial dipengaruhi secara signifikan oleh tingkat literasi media ?

### **1.4.Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pertanyaan penelitian, maka tujuan penelitian sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui seberapa tinggi tingkat literasi media penggemar *idol* k-pop di Indonesia.
- b. Untuk mengetahui seberapa besar kemampuan penggemar *idol* K-pop dalam memberikan respon terhadap ujaran kebencian di media sosial.

- c. Untuk mengetahui kemampuan penggemar *idol* k-pop dalam merespon ujaran kebencian di media sosial dipengaruhi secara signifikan oleh tingkat literasi media.

## **1.5 Kegunaan Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, adapun kegunaan dari penelitian ini yang dibagi menjadi tiga bagian yaitu Kegunaan Akademis, Kegunaan Praktis, dan Kegunaan Sosial.

### **1.5.1 Kegunaan Akademis**

Secara akademis penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan tambahan kajian ilmiah yang berhubungan dengan *hate speech* dan literasi media khususnya jika melakukan penelitian yang berhubungan dengan penggemar k-pop di Indonesia. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan apabila peneliti selanjutnya hendak mengambil sudut pandang dan metode yang berbeda.

UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

### 1.5.2 Kegunaan Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi media yang ingin menggunakan *hate speech* dan literasi media sebagai salah satu sumber pemberitaan. Selain itu penelitian ini dapat memberikan gambaran kepada khalayak bahwa pentingnya literasi media bagi pengguna media sosial untuk mencegah penyebaran *hate speech* di Indonesia terutama di kalangan penggemar k-pop.

### 1.5.3 Kegunaan Sosial

Penelitian ini juga diharapkan dapat berguna bagi masyarakat dan dapat digunakan sebagai bahan atau referensi penelitian selanjutnya. Kemudian penelitian ini dapat memberikan gambaran pentingnya memahami literasi media sebagai salah satu cara bijak dalam menggunakan media sosial.

### 1.5.4 Keterbatasan Sosial

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan bentuk survei. Penelitian dengan metode kuantitatif yang menggunakan survei digunakan untuk mengukur suatu kejadian tanpa menyelidiki kenapa hal tersebut bisa terjadi. Penelitian survei melibatkan sampel yang diambil dari populasi. Penelitian ini hanya menjawab seberapa pengaruh tingkat literasi media terhadap penggemar *idol* k-pop dalam memberikan respon ujaran kebencian di media sosial bukan untuk mengetahui sebabnya. Selain itu

media sosial yang peneliti gunakan dalam penelitian ini tidak memfokuskan pada satu jenis saja, melainkan media sosial secara umum, kemudian, pada penelitian ini juga daerah penelitian tidak difokuskan secara detail melainkan hanya memfokuskan pada daerah Jabodetabek dan di luar jabodetabek secara luas.

