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.

Perpustakaan Univeristas Multimedia Nusantara

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Masuknya budaya-budaya asing ke Indonesia saat ini menjadikan perkembangan budaya di masyarakat menjadi semakin dinamis, dengan beragam kebiasaan yang dipengaruhi dari budaya lokal dan asing. Akulturasi menjadikan wawasan serta ruang pikir masyarakat meluas, khususnya dalam memandang isu global. Sebagai salah satu asosiasi dan bentuk budaya popular, *K-Pop* menunjukkan perkembangannya dalam beberapa waktu terakhir. Indonesia menjadi salah satu negara yang memiliki jumlah *K-Popers* (sebutan untuk penggemar music *K-Pop)* tertinggi.

Gambar 1.1 Data Penggemar K-Pop Indonesia (Twitter Data)

Hal ini dibuktikan dengan data dari @TwitterData (2020) yang memperlihatkan bahwa Indonesia berada di peringkat keempat sebagai negara dengan penggemar *K-Pop* terbanyak setelah Amerika Serikat, Jepang, dan Korea Selatan. Dari data yang sama, disebutkan pula bahwa Indonesia menempati posisi

ketiga sebagai negara yang menuliskan topik *K-Pop* terbanyak setelah Jepang dan Korea Selatan. Data tersebut disimpulkan berdasarkan jumlah pengguna unik *K-Pop* di Twitter dan jumlah cuitan *K-Pop* dalam periode 1 Juli 2019 hingga 30 Juni 2020.

Besarnya peminat aliran musik *K-Pop* di Indonesia ini juga dibuktikan dengan banyaknya pemberitaan terkait isu-isu *K-Pop* di media-media Indonesia. Isu antara Spotify dan Kakao M yang menghilangkan banyak lagu *K-Pop* di Spotify menjadi salah satu contohnya. Berdasarkan informasi dari Bestari (2021) menyebutkan bahwa ratusan lagu K-Pop di *Spotify* hilang karena lisensi bersama Spotify dan Kakao M telah berakhir pada 1 Maret 2021. Kakao M sendiri merupakan salah satu perusahaan *co-publisher* terbesar di Korea Selatan saat ini. Perusahaan ini bertindak sebagai label rekaman, perusahaan produksi musik hingga penerbit musik (Bestari, 2021).

Isu hilangnya lagu *K-Pop* dari Spotify ini bahkan menduduki *trending topic* Twitter Indonesia 1 Maret 2021 (Novianty, 2021). Dari pantauan Novianty (2021), topik Spotify telah dicuitkan lebih dari 2,21 juta kali dan menjadi *trending* pertama Twitter Indonesia. Sementara Kakao M telah dicuitkan sebanyak 720 ribu *tweets* dan masuk ke *trending* nomor 14 di Indonesia.

Hilangnya lagu *K-Pop* di Spotify ini diberitakan oleh cukup banyak media di Indonesia. Pemberitaan yang dilakukan pun dilakukan dari awal permasalahan terjadi, saat lagu *K-Pop* hilang di Spotify, hingga terjadi kesepakatan kembali antara Spotify dan Kakao M yang menjadi penyelesaian dari isu tersebut. Sebagai contoh, dimulai dari CNBC Indonesia yang memberitakan terkait hilangnya lagu-lagu *K-Pop* di Spotify pada artikel berjudul "Lisensi Kakao M Habis, Ratutan Lagu K-Pop Hilang dari Spotify" (Bestari, 2021). Detik.com yang memberitakan terkait pernyataan Kakao M mengenai isu tersebut pada artikel berjudul "Kakao M Buka Suara Terkait Ratusan Lagu K-Pop Hilang di Spotify" (Larasati, 2021). Kompas.com yang kemudian memberitakan isu yang sama dari *angle* penggemar dan musisi K-Pop melalui artikel berjudul, "Kakao M Vs Spotify, Kekecewaan Artis Korea, dan Penggemar KPop" (Saptoyo, 2021). Hingga akhir penyelesaian

isu yang diberitakan oleh CNN Indonesia melalui artikel “Perbarui Lisensi, Lagu K-Pop Kakao M Kembali ke Spotify.” (CNN Indonesia, 2021).

Tingginya animo masyarakat terhadap *K-Pop* membuat berita dan informasi terkait *K-Pop* menjadi salah satu hal yang begitu diminati dan banyak dicari. Hal tersebut menjadikan beberapa media di Indonesia kini juga menjangkau berita-berita *K-Pop* sebagai salah satu rubrik pemberitaannya. Contoh saja, Insert Live K-Pop (Trans Media Corpora), Kpop Invasion Useeprime (Telkom Indonesia), Dreamers Radio, dan lain sebagainya. Meski demikian, hampir sebagian besar media *K-Pop* di Indonesia lebih berfokus untuk memberitakan di bidang *entertainment* dan *showbiz*-nya. Segala pemberitaan mengenai artis dan pelaku *K-Pop* itu sendiri membuat isu-isu yang tak kalah penting terkait *K-Pop* dan *K-Culture* luput dari perhatian penikmat *K-Pop* dan masyarakat luas meski memiliki nilai kepentingan yang cukup tinggi untuk diketahui.

Sejumlah isu yang terjadi di beberapa waktu ke belakang menjadi contoh. Melebarnya asosiasi *K-popers* kini tidak lagi digunakan hanya untuk menaikkan penjualan album atau keterkenalan idolanya saja. Komunitas penggemar budaya Korea Selatan yang semula terkenal hanya turut serta aksi dan menuliskan hal-hal yang berkaitan dengan idolanya di media sosial kini mulai menggunakan koneksi mereka untuk melakukan sesuatu yang terlepas dari perkara *K-Pop* dan *K-Culture. K-Popers* mulai menunjukkan eksistensi dan kekuatan mereka dengan turut serta membantu membelokkan isu dan peristiwa tertentu sesuai dengan tujuan mereka masing-masing melalui unggahan pembanjiran *fancam* yang mereka unggah di media sosial.

Peristiwa terbunuhnya George Floyd oleh sekelompok polisi Amerika menjadi salah satu isu yang cukup diperhatikan oleh *K-Popers* selama masa protes. Penggemar *Kpop* telah berkumpul berbondong-bondong secara *online* untuk menenggelamkan informasi cuitan dari tagar #WhiteLivesMatter yang menduduki topik populer pertama pada saat itu. Dalam upayanya, penggemar musik K-pop menggunakan kalimat yang sama, tetapi melampirkan pesan yang tidak berkaitan atau antirasisme (Krol, 2020).

Krol (2020) mengatakan para penggemar aliran musik asal Korea Selatan itu menggunakan *fancam* dan tulisan yang berkaitan dengan musik *K-Pop* untuk membanjiri tagar *#WhiteLivesMatter* yang saat itu digalakkan oleh orang kulit putih sebagai respons atas protes isu *Black Lives Matter*. Restika (2020) mengartikan *focus camera* atau sering juga disebut *fancam* adalah jenis video yang fokus merekam salah satu member grup sepanjang penampilan. Tujuannya adalah agar viewers dapat menikmati aksi panggung sang idola secara terfokus selama penampilan berlangsung.

Tak hanya itu, penggemar *K-Pop* juga sempat memenuhi aplikasi polisi *iWatch Dallas* yang biasa digunakan kepolisian untuk menerima umpan balik dari masyarakat. Krol (2020) mengatakan dengan banyak akun penggemar K-pop yang secara aktif menuliskan dukungan mereka untuk gerakan Black Lives Matter selama seminggu terakhir, penggemar kini berhasil merusak aplikasi dengan memposting ratusan video FanCam, yang merupakan klip pertunjukan K-pop yang mengasah satu anggota band tertentu. Hadirnya *fancam-fancam* tersebut pada tagar dan aplikasi polisi Dallas membuat pesan-pesan yang hendak digalakkan menjadi tertutup dengan gambar dan informasi mengenai *K-Pop.* Secara tidak langsung, penggemar *K-Pop* menjadikan *fancam* sebagai senjata untuk melindungi para protesan dari polisi.

Beralih dari perkara tersebut, *K-Popers* kembali tunjukkan 'kekuatannya' melalui sebuah *prank* yang mereka rencanakan bersama seorang *Tiktoker* untuk mengosongkan arena kampanye Donald Trump di BOK Center, Tulsa. Richards (2020) mengatakan bahwa Trump mengadakan pertemuan di Tulsa pada 20 Juni 2020 dan melaporkan sebelum acara bahwa satu juta orang telah mendaftar untuk mendapatkan tiket. Namun, acara tersebut kurang dihadiri, dan seperti yang dilaporkan Lorenz et al. (2020), ketidaksesuaian permintaan tiket kepada peserta kemungkinan besar berasal dari kampanye rahasia oleh penggemar K-Pop untuk menyabotase acara tersebut.

Melalui beberapa isu yang kemudian dialihkan oleh para penggemar *K-Pop* melalui *fancam* tersebut, dalam beberapa waktu terakhir pada akhirnya pun penggemar *K-Pop* justru 'dipanggil' untuk dimintai pertolongan membelokkan isu

atau tagar tertentu dan memenuhinya dengan *fancam* sebagaimana kekuatannya. Seperti pada saat 2020, pemilik akun Twitter *@SheaDapmore* mengunggah cuitan atas permintaan tolongnya membelokkan isi hashtag #MILLIONMAGAMARCH yang kemudian diisi oleh foto *pancake.* Ia secara terang-terangan meminta bantuan para penggemar *K-Pop* untuk membantunya menutupi informasi dalam *hashtag* tersebut.

Di Indonesia, gerakan penggemar *K-Pop* ini juga kerap dimobilisasi di media sosial. Peristiwa *Omnibus Law* menjadi salah satu contohnya. Pada Oktober 2020, tepatnya pada saat RUU Ciptaker baru saja disahkan menjadi UU, menimbulkan banyak kontra di media sosial. Saat itu, penggemar *K-Pop* menyerukan protes dengan seruan *"K-Popers Strike Back"* hingga beberapa tagar seperti #MosiTidakPercaya, #GagalkanOmnibusLaw, dan #DPRRIKhianatiRakyat menjadi topik popular utama di Indonesia, bahkan dunia (CNN Indonesia, 2020). Ismail Fahmi, pakar media sosial dari *Drone Emprit*, mengatakan bahwa akun-akun dengan foto profil idola *K-Pop* menjadi penulis terbanyak di *Twitter* atas topik *Omnibus* Law dan memberi dampak besar dari yang sebelumnya topik tersebut tidak banyak dibicarakan. Ia menilai *K-Popers* justru tidak menyebarkan hoaks karena pembicaraan yang mereka tuliskan mereka pilih secara selektif dari akun terpercaya seperti Pukat UGM (as cited in Medistira, 2020, p.1).

Gambar 1.2 Unggahan *K-Popers Strike Back*

Pada aktivitas ini, penggemar *K-Pop* bekerja sama dengan tokoh-tokoh penting lainnya seperti PKS (Partai Keadilan Sejahtera), Partai Demokrat, oposisi, serikat pekerja, aktivis, BEM (Badan Eksekutif Mahasiswa), LSM (Lembaga

Swadaya Masyarakat), dan media (CNN Indonesia, 2020). Dalam aktivitas ini, banyak *ARMY* (sebutan untuk penggemar *boygroup BTS)* dan penggemar *K-Pop* lainnya berbagi ilmu mengenai *Omnibus Law* serta mengalihbahasakan ke beberapa Bahasa asing agar penggemar mancanegara dapat mengetahui situasi yang sedang berlangsung.

Fenomena demikian bukanlah yang pertama kali terjadi di Indonesia. Penggemar *K-Pop* sebelumnya beberapa kali pernah menyatakan dukungan masifnya di bidang sosial dan politik. Dukungan untuk Bintang Emon di *Twitter* setelah diserang *buzzer* usai mengomentari kasus hukum penyidik KPK Novel Baswedan dan penenggelaman *video* syur Gisel menjadi contoh nyatanya.

Isu ini menjadi suatu hal yang penting untuk juga diketahui oleh masyarakat. *K-Popers* yang mulanya hanyalah sebuah asosiasi terhadap kesamaan selera musik menjadi suatu tim besar yang menggunakan koneksinya untuk turut serta berperan dalam beberapa isu dunia. Informasi-informasi mengenai *K-Pop, K-Culture,* dan isu di Korea Selatan yang tak terliput ini mengandung nilai berita kedekatan *(proximity)* dan keluarbiasaan *(unusualness).* Sumadiria (as cited in Sudarman, 2008, p. 80-88) mendefinisikan kedekatan (*proximity)* sebagai jauh dekatnya peristiwa itu dengan kehidupan masyarakat atau khalayak. Secara umum kedekatan terbagi dua, yaitu kedekatan geografis dan kedekatan psikologis. Dalam halnya berita *K-Pop,* nilai berita yang dikandung adalah kedekatan psikologis yang mana isu-isu mengenai *K-Pop* memang sedang banyak diminati oleh masyarakat sesuai dengan paparan beberapa fenomena di atas.

Sumadiria (as cited in Sudarman, 2008, p. 80-88) juga menjelaskan nilai berita keluarbiasaan (*unusualness*) dapat dilihat dari tiga aspek, yakni lokasi peristiwa, waktu peristiwa itu terjadi, dan dampak yang ditimbulkan oleh peristiwa tersebut (baik dalam bentuk jiwa maupun harta) serta menyangkut kemungkinan perubahan aktivitas masyarakat. Fenomena *fancam* yang terjadi di kalangan *K-Pop* saat ini merupakan suatu peristiwa yang tidak biasa terjadi dalam kalangan komunitas *K-Pop.* Penggemar *K-Pop* yang mulanya hanya menggunakan koneksi mereka untuk mendukung idolanya, kini melebarkan sayap mereka untuk turut terlibat dalam berbagai isu. Berkaitan dengan teori yang disebutkan oleh Sumadiria

di atas, dampak yang diberikan pada fenomena *fancam* oleh *K-Popers* pun cukup besar yang dapat dirasakan oleh masyarakat.

Maka dari itu, *podcast* D'TiK (Di Balik Tirai *K-Pop)* hadir sebagai media yang memberikan informasi seputar budaya Korea Selatan dan *K-Pop* yang dibutuhkan oleh masyarakat. Bukan hanya mengenai artis dan ranah hiburan yang seperti selama ini banyak diberitakan oleh portal berita *K-Pop* lainnya, melainkan juga mengenai isu-isu penting seputar *K-Pop* yang perlu diketahui oleh penikmat aliran musik tersebut, juga masyarakat luas. Informasi-informasi jenis ini akan lebih mudah diterima secara program lantaran tema dan isu-isu mengenai *K-Pop* yang masih bergerak secara dinamis (tidak habis dalam satu kali peliputan). Jenis pengonsumsi informasi *K-Pop* yang lebih banyak mengonsumsi tipe berita kasual (tidak terlalu kaku) dan semi hiburan menjadikan format acara yang serupa dengan *talkshow* adalah bentuk pengemasan informasi yang sesuai untuk diberikan kepada para pendengar. Maka dari itu, *podcast* dipilih sebagai bentuk hasil dari pengemasan berita yang akan dibuat dalam bentuk program nantinya dalam format audio dan video.

D'TiK merupakan karya dengan cluster *programming-based project* dengan subcluster *podcast* yang berisi pembahasan mengenai isu budaya Korea Selatan dan *K-Pop* yang kemudian ditilik melalui kacamata global. *Podcast* ini akan dibuat dengan format audio *talkshow* yang menghadirkan narasumber terkait sesuai dengan topik per episodenya. Dalam satu episode, akan ada tiga segmen yang berisi pembahasan topik, bincang dengan narasumber, serta tanya-jawab dengan pendengar. *Podcast* D'TiK akan dibuat dalam dua format, yakni audio dan video. Keduanya akan dipublikasikan melalui platform *YouTube* dan *Spotify* sebagai dua platform terbesar penyebaran karya berjenis video dan audio. *Podcast* ini dibuat dengan harapan dapat memberi edukasi psikologi dengan cara yang menarik dan disukai masyarakat.

D'TiK memiliki 3 episode pilot yang tiap-tiap topiknya terdiri dari Fenomena *Fancam,* Donasi Penggemar K-Pop, dan standar kecantikan Korea pada industri kecantikan lokal. Pada episode penulis, penulis membahas keikutsertaan *K-Popers* dalam membantu melindungi protesan isu George Floyd melalui

gemboran tagar di media sosial dan aplikasi polisi Dallas dengan *fancam* dan pembelian tiket rapat umum Donald Trump di Tulsa. Episode ini mengundang Dr. Firman Kurniawan yang merupakan pakar media sosial sebagai narasumber. Dalam satu episode, terdapat tiga segmen yang berisi pembahasan topik, bincang dengan narasumber, serta tanya-jawab dengan pendengar.

Podcast D'TiK akan dibuat dalam dua format, yakni audio dan video. Adanya dua format ini adalah untuk memperluas publikasi *podcast* ke platform lain, serta memberi bentuk video *podcast* kepada penonton agar penonton dapat melihat gestur serta ekspresi pembicara. D'TiK *podcast* akan dipublikasikan melalui platform *YouTube* dan *Spotify*.

1.2 Tujuan Karya

Pembuatan karya *podcast* program D'TiK bertujuan:

1. Menghasilkan podcast bergenre *talkshow* dengan tema K-Pop yang berisi informasi-informasi mengenai K-Pop.
2. Menghasilkan 3 episode pilot *podcast* dengan tiap-tiap episode berdurasi 60 menit.
3. Menghadirkan Dr. Firman Kurniawan sebagai narasumber pada episode pilot pertama dengan tema fenomena *fancam* oleh para penggemar K-Pop untuk pengalihan isu di media sosial.
4. Memublikasikan *podcast* berbentuk audio ke *Spotify* dan *podcast* berbentuk audio video ke *Youtube.*
5. Menjangkau 50 pendengar di *Spotify* serta 100 penonton di YouTube untuk tiap-tiap episode.

1.3 Kegunaan Karya

Kegunaan dari karya berbentuk program *podcast* ini adalah untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan informasi dan hiburan, khususnya melalui salah satu bentuk media yang sedang banyak diakses saat ini, yaitu *podcast.*

1. Menghadirkan informasi dalam program podcast yang penting dan dibutuhkan oleh masyarakat, yakni dalam ranah *K-Pop* yang tidak hanya memberitakan informasi seputar *showbiz* dan personalisasi kepada idol, tetapi juga memberitakan hal penting yang perlu diketahui masyarakat. Program ini dibuat sebagai media informatif serta hiburan bagi para pendengar.
2. Hadirnya *D'TiK Podcast* sebagai bentuk salah satu pengisi program (*podcast*) di ranah *K-Pop* Indonesia yang saat ini masih sangat jarang meskipun telah banyak data menunjukkan terkait perkembangan industri *K-Pop* di Indonesia.
3. Memberikan informasi mendalam serta informasi terbaru terkait kekuatan dan pengaruh *fandom K-Pop* dalam aktivitas sosial dan politik di dunia, termasuk di Indonesia.