

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Aktivisme dalam perkembangannya telah berperan besar dalam berbagai hal seperti menghentikan perbudakan, menentang pemegang kuasa, melindungi pekerja dari eksploitasi, melindungi lingkungan, mempromosikan kesetaraan bagi perempuan, menentang rasisme, dan berbagai isu penting lainnya (Martin, 2007). Aktivisme dewasa ini juga semakin berkembang dengan adanya teknologi-teknologi digital yang membantu mempercepat terjadinya perubahan dalam ranah sosial dan politik atau seringkali disebut sebagai aktivisme daring atau digital (Mutsvairo, 2026). Konsep aktivisme secara daring ini muncul tidak lama setelah masyarakat mengenal web 2.0 dan meledaknya penggunaan dot com (Rees, 2020).

Melalui teknologi dan juga *platform* yang beragam, setiap individu mendapatkan kesempatan yang luas agar suara mereka dapat didengar publik (Close, 2018). Teknologi digital seperti media sosial pun telah menjadi alat umum yang dipakai oleh kelompok aktivis untuk melangsungkan agenda mereka, termasuk gerakan #BlackLivesMatter (Anderson, 2016). Gerakan yang menjadi populer baru-baru ini di media Twitter sebenarnya sudah muncul sejak tahun 2013. Seorang warga Oakland, California, bernama Alicia Garza membuat konten Facebook mencakup kalimat “Black Lives Matter” untuk merespon kejadian yang melibatkan kasus terbunuhnya remaja berkulit hitam oleh seorang warga Florida bernama George Zimmerman pada tahun 2012 (History.com, 2020). Kalimat “*Black Lives Matter*” ini kemudian menginspirasi Patrisse Cullors untuk menjadikannya sebagai suatu tagar yang kemudian viral dalam waktu singkat di ranah media sosial (Ashmelash, 2020).

Black Lives Matter adalah suatu kalimat, atau tagar, yang digunakan untuk menonjolkan isu rasisme, diskriminasi, dan ketidakadilan yang dialami oleh kelompok masyarakat berkulit hitam. Gerakan yang lahir di Amerika Serikat ini kemudian menyebar secara global (Campbell, 2020). Kalimat yang hampir hilang ini lalu kembali menjadi viral di media sosial tidak lama setelah video dari peristiwa terbunuhnya George Floyd diunggah ke Twitter pada Mei 2020. Dengan terjebaknya jutaan orang di rumah mereka masing-masing karena pandemi, protes meletus baik di jalanan ataupun internet (Cohen, 2020). Tepatnya pada tanggal 25 Mei 2020, seorang pria berkulit hitam bernama George Floyd yang tidak memegang senjata apapun dibunuh oleh beberapa polisi. Kejadian ini mendorong jutaan orang dari berbagai penjuru dunia untuk melakukan unjuk rasa terhadap kekerasan yang dilakukan oleh oknum polisi dan untuk mendukung kaum berkulit hitam (Cohen, 2020).

Tagar #BlackLivesMatter digunakan sebanyak 47.8 juta kali di Twitter, terhitung sejak 26 Mei sampai 7 Juni 2020. Sehari setelah kematian Floyd, Pew Research Center mencatat 218,000 unggahan di Twitter yang mencakup tagar #BlackLivesMatter (Cohen, 2020). Data dari Pew Research Center juga mencatat sekitar 8.8 juta *tweet* #BlackLivesMatter dipakai oleh pengguna Twitter pada 28 May 2020, menjadikannya sebagai angka tertinggi penggunaan suatu tagar sejak Pew Research Center mengikuti penggunaan tagar. Jumlah *tweet* yang memakai #BlackLivesMatter sejak itu terus berada di atas 2 juta penggunaan tiap harinya sampai 7 Juni 2020. Data ini menunjukkan bahwa tagar #BlackLivesMatter akan meningkat pemakaiannya di tengah peristiwa besar yang melibatkan ras, kekerasan, dan keadilan atas suatu kriminalitas (Anderson et al., 2020).

Merespon pada peristiwa kematian George Floyd ini, kelompok pecinta K-pop menjadi sosok baru yang ikut terlibat dan menggunakan kekuatan mereka di internet untuk mendukung gerakan #BlackLivesMatter (Lee, 2020). Kelompok pecinta K-pop kemudian disebut-sebut sebagai kekuatan baru dalam ranah keadilan sosial dan politik karena keterlibatan mereka dalam gerakan

#BlackLivesMatter (Ekin, 2020). Penggemar dari musik pop Korea jarang sekali diasosiasikan dengan aktivisme daring karena sejak lama mereka lebih menggunakan kekuatannya untuk mempromosikan karya idolanya (Riani, 2020). Namun, keterlibatan mereka dalam gerakan ini mengajak publik untuk melihat dan mengevaluasi ulang kekuatan dari kelompok satu ini (Ekin, 2020). Media juga melihat keterlibatan penggemar K-pop atau K-popers dalam beberapa isu kemanusiaan dan politik baru-baru ini dipandang sebagai suatu manifestasi nyata dari kekuatan fandom mereka yang sebenarnya sudah ada sejak lama (CNN Indonesia, 2020).

Tidak menjadi hal yang mengherankan melihat K-popers dapat mendukung gerakan #BlackLivesMatter, terutama di Twitter, dengan mudah. Mereka adalah salah satu sosok yang memiliki kekuatan terbesar di ranah media sosial (Lee, 2020). Selain itu, Twitter adalah platform utama untuk para penggemar K-pop berkomunikasi dengan satu sama lain dan juga membantu dalam penyebaran budaya *entertainment*. Tidak hanya itu, Twitter pun juga memungkinkan adanya interaksi antara fans dan idolanya karena idola K-pop juga memiliki akun Twitter yang umumnya dipegang sendiri oleh idola tersebut dan tidak dikekang oleh agensi. Media sosial telah menjadi saluran yang mempermudah K-popers untuk semakin mendorong terkenalnya idola mereka di luar wilayah tempat promosi idolanya (Derseh, 2019).

Saat ini, salah satu kelompok penggemar K-pop yang terkenal karena kekuatannya dalam mendominasi media sosial Twitter adalah kelompok penggemar dari idola grup Korea BTS yang dikenal sebagai ARMY (Zornosa, 2020). ARMY yang merupakan akronim dari *Adorable Representative M.C for Youth* adalah nama resmi dari fandom BTS. BTS atau Bangtan Sonyeondan ialah nama dari sebuah grup K-pop beranggotakan 7 orang yang bernama Jin, Suga, J-Hope, RM, Jimin, V, dan Jungkook (BBC, 2020). Grup satu ini secara resmi debut pada tahun 2013 dan berhasil menjadi salah satu grup idola paling ternama di dunia karena berbagai pencapaian mereka tidak lagi terbatas hanya di Korea Selatan. Mulai dari grup K-pop pertama yang berkesempatan

berbicara sebagai perwakilan generasi muda di United Nations atau PBB sampai menjadi grup K-pop pertama yang berhasil memunculkan nama grupnya di posisi teratas tangga musik album US telah mereka pecahkan (BBC, 2020). Namun, tentu saja berbagai pencapaian ini tidak terlepas dari dedikasi fandom mereka, yaitu ARMY.

Selain julukannya sebagai fandom paling berdedikasi, ARMY juga sudah dikenal akan komunitas *online*-nya yang sangat terintegrasi (Moon, 2020). Walaupun sampai saat ini jumlah pasti ARMY tidak dapat diberikan secara akurat, kita dapat melihat seberapa besarnya fandom satu ini melalui *followers* sosial media BTS. Saat ini sudah ada 50 juta orang yang mengikuti akun Youtube BTS, BANGTANTV, dan lebih dari 35 juta pengikut di media sosial Twitter dalam akun pribadi BTS, yaitu @BTS_twt. ARMY menjadi fandom yang berbeda dari fandom K-pop lain karena kemampuan tiap anggotanya untuk memobilisasi anggota lain dengan keinginan dasar yang sama, yaitu mendorong ketujuh idola mereka untuk terus memecahkan segala bentuk rekor yang belum pernah dicapai oleh idola K-pop lainnya (Moon, 2020).

ARMY sudah terkenal akan kebiasaan mereka untuk mendominasi situs media sosial, dari membentuk tagar tertentu untuk diviralkan sampai mengunggah berbagai konten dengan mencakup #WhiteLivesMatter yang merupakan tagar lawan dari gerakan #BlackLivesMatter (Zornosa, 2020). ARMY berpartisipasi dalam gerakan ini mulai dari *me-retweet* cuitan publik seputar tagar ini, mengedukasi satu sama lain mengenai isu rasial yang tengah terjadi di dunia serta negara mereka masing-masing, menandatangani petisi, hingga berdonasi (V. D., 2021). Beberapa kegiatan ini mencerminkan konsep budaya partisipatif yang melibatkan penerimaan nilai-nilai keberagaman dan demokrasi melalui segala aspek interaksi individu antar satu sama lain (Jenkins et al., 2016).

Saat akun yang dimiliki oleh kepolisian Dallas meminta pengguna Twitter untuk mengirimkan mereka “video-video yang membuktikan adanya

demonstrasi ilegal” melalui aplikasi *iWatch Dallas*, ARMY sukses melangsungkan strategi mereka untuk memenuhi aplikasi ini dengan cuplikan video pertunjukkan idola mereka yang umumnya disebut sebagai *fancam*. Mereka juga menghujani aplikasi ini dengan *rating* 1 bintang, diikuti dengan tagar #BlackLivesMatter. Aplikasi ini pun tidak lama mengalami kerusakan dan tidak dapat diakses. Kekuatan fandom K-pop, terutama ARMY, dalam aktivisme memang sudah terlihat dari handalnya mereka dalam berkoordinasi untuk memecahkan berbagai rekor demi idolanya (Madden, 2020). Strategi yang mirip juga dilakukan oleh ARMY dan fandom K-pop lain dalam menjarah tagar #WhiteLivesMatter di Twitter dan Instagram, menenggelamkan konten rasisme dengan *meme* dan *fancam* idola mereka (Rolli, 2020). Berbagai tindakan ini memperlihatkan bagaimana suatu usaha untuk mencapai perubahan sosial disaring melalui budaya populer (Madden, 2020).

Fandom saat ini bukanlah lagi sosok yang hanya berdiri di belakang atau sebelah idolanya, tapi mereka bisa menjadi sosok yang mengarahkan idola mereka karena adanya perkembangan teknologi. Mereka dapat menjadi sosok pemandu dengan melakukan perubahan dari sikap partisipatif *bottom-up* (Madden, 2020). Pernyataan tersebut juga dapat dikaitkan dengan fakta bahwa terlibatnya K-popers dalam #BlackLivesMatter tidak dimulai dari idola mereka, tapi dimulai dari fandom mereka sendiri (Park, 2020).

Secara sejarah, idola-idola K-pop atau idola asal Korea Selatan memang tidak pernah mengambil andil dalam hal-hal yang berkaitan dengan politik secara pribadi. Hal ini dapat dimengerti jika dilihat dari segi kehidupan politik yang terjadi di Amerika dan Asia. Amerika dapat dianggap sebagai suatu negara yang memang sangat kental politiknya jika dibandingkan dengan negara lainnya di seluruh dunia, contohnya adalah kegiatan pemilihan presiden yang berlangsung sangat lama dan penuh drama. Kegiatan politik seperti ini tidak terjadi di Asia (Bruner, 2020).

Berdasarkan pernyataan yang dikutip dalam The Korea Times, Lee Gyu-tag (2020) yang merupakan seorang profesor budaya antropologi dari George Mason University Korea mengatakan:

K-pop is the genre in mainstream in Korea, which means immense capital and human resources have been devoted to it. Therefore, the singers and the music labels want to avoid any risks that can negatively affect them. If they take a side in a certain social or political issue — whether it is national or international — they can face a backlash from the opposition and fall prey to online trolls. This did actually happen to some Korean celebrities in bygone days. (para. 4-5)

Adanya pemahaman bahwa artis atau idola yang biasanya masih berada di umur remaja atau 20an masih terlalu muda untuk berbicara mengenai politik juga menjadi halangan bagi mereka untuk bersuara dan menyatakan pendapatnya apalagi dengan adanya kekangan dari agensi mereka (Sun-hwa, 2020). Beberapa hal inilah yang melatarbelakangi pasifnya mayoritas idola K-pop dalam kehidupan politik baik yang menyangkut negaranya maupun di luar negaranya. Kekangan serta stigma negatif seperti umur yang belum mencukupi untuk menyuarakan pendapat mereka dalam ranah politik juga ikut diberikan pada para penggemar K-pop.

BTS sendiri memilih untuk diam dan tidak mempublikasikan hal apapun yang berkaitan dengan gerakan Black Lives Matter walaupun grup idola lain mulai mengikuti langkah penggemarnya dan membuat pernyataan resmi mengenai dukungan mereka atas gerakan ini. Namun, akhirnya BTS membuka suara mereka melalui unggahan di akun resminya @BTS_twt pada 4 Juni 2020 yang berisi dukungan mereka terhadap kaum berkulit hitam (Ohlheiser, 2020). Tidak lama setelah pernyataan ini diunggah, media memberitakan bahwa BTS bersama dengan label mereka telah mendonasikan US\$1 juta atau setara sekitar Rp 14 miliar untuk mendukung gerakan Black Lives Matter yang disuarakan masyarakat global, dan ARMY memutuskan untuk mengikuti langkah idolanya tersebut dengan mendonasikan jumlah yang sama hanya dalam sehari, Inisiatif ini diramaikan dengan tagar #MatchAMillion yang disandingkan dengan tagar #BlackLivesMatter (Turak, 2020).

1.2 Rumusan Masalah

Keterlibatan sosok penggemar Korea atau K-pop fandom, salah satunya BTS ARMY, dalam isu #BlackLivesMatter di media sosial Twitter mengajak masyarakat untuk mengevaluasi kembali kekuatan dari kelompok ini (Ekin, 2020; Riani, 2020). Kekuatan mereka yang umumnya hanya memiliki peran dan digunakan untuk idolanya saja, rupanya dapat dimanfaatkan pula untuk kegiatan aktivisme seperti #BlackLivesMatter. Hal ini tentunya menangkap perhatian masyarakat dan juga media karena dianggap sebagai hal yang tidak umumnya terjadi dari suatu K-pop fandom karena memang sosok mereka tidak diasosiasikan dengan aktivisme (Riani, 2020).

Berbekal dengan konten-konten yang memang telah tercipta dalam fandomnya, BTS ARMY berhasil merusak aplikasi kepolisian *iDallas* dan meredam suara pihak oposisi yang berusaha menenggelamkan gerakan #BlackLivesMatter melalui cuitan yang diikuti dengan tagar #WhiteLivesMatter (Madden, 2020; Rolli, 2020). ARMY dalam mendukung Black Lives Matter juga menunjukkan bahwa fandom dapat menjadi sosok yang mengarahkan idola mereka melalui perkembangan teknologi karena keterlibatannya yang tidak dimulai oleh idolanya, tetapi oleh fandom itu sendiri (Madden, 2020). Suatu usaha untuk mencapai perubahan sosial yang disaring melalui budaya populer tercermin dari tindakan ARMY seperti menggunakan konten *meme* dan *fancam* idolanya serta saling mengedukasi satu sama lain mengenai isu rasial yang tengah terjadi dan juga di negara mereka masing-masing (Madden, 2020).

1.3 Pertanyaan Penelitian

Pertanyaan penelitian yang disusun oleh peneliti berdasarkan pada rumusan masalah di atas adalah sebagai berikut.

- 1.3.1 Kenapa *fan activism* yang dilakukan oleh BTS ARMY dalam isu #BlackLivesMatter dapat terjadi?

1.3.2 Bagaimana budaya partisipatif BTS ARMY dalam isu #BlackLivesMatter di Twitter?

1.4 Tujuan Penelitian

Sesuai pula dengan pertanyaan peneliti, berikut adalah tujuan penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

1.4.1 Mengetahui kenapa *fan activism* yang dilakukan oleh BTS ARMY dalam isu #BlackLivesMatter dapat terjadi

1.4.2 Memahami budaya partisipatif BTS ARMY dalam isu #BlackLivesMatter di Twitter

1.5 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian yang dirancang oleh peneliti dibagi menjadi tiga kegunaan, yaitu kegunaan akademis, kegunaan praktis, serta kegunaan sosial.

1.5.1 Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam memperluas pengetahuan dalam bidang ilmu komunikasi, khususnya dalam ranah studi budaya partisipatif serta bagaimana konsep ini berkaitan dengan konsep aktivisme yang dilakukan oleh suatu fandom. Melalui penelitian ini pula, peneliti berharap dapat memberikan wawasan lebih mengenai dinamika suatu kelompok atau fandom dalam media.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Secara praktis, rangkaian penelitian yang dilakukan oleh peneliti dapat dijadikan sebagai suatu acuan bagi para peneliti berikutnya yang ingin menelaah lebih dalam lagi mengenai budaya partisipatif serta kaitannya dengan aktivisme yang dilakukan oleh suatu kelompok penggemar atau fandom di dalam media.

1.5.3 Kegunaan Sosial

Melalui penelitian ini, peneliti ingin mengajak masyarakat secara luas untuk lebih mengenal dan memahami fandom K-pop, terutama BTS ARMY, sebagai kelompok yang tidak hanya melibatkan diri mereka dalam hal yang berkaitan dengan idolanya, tapi juga isu-isu sosial dan/atau politik yang terjadi di tengah masyarakat secara umum.

1.5.4 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan dimana peneliti hanya akan berfokus pada pengalaman keterlibatan fandom K-pop dalam gerakan #BlackLivesMatter. Peneliti secara spesifik akan meneliti fandom BTS ARMY, khususnya mereka yang tergabung sebagai ARMY Indonesia, sebagai sosok fandom yang menonjol dalam gerakan ini dan melihat budaya partisipatif kelompok ini serta keterkaitannya dalam inisiatif mereka untuk melibatkan diri dalam #BlackLivesMatter.

UMMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA