

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Penelitian ini dilatarbelakangi dengan melihat bahwa saat ini terdapat beberapa *fandom* K-Pop yang turut berpartisipasi dalam membantu para korban dari tragedi Kanjuruhan. Salah satu *fandom* K-Pop terbesar di Indonesia yang turut berpartisipasi yaitu *fandom* ARMY. ARMY di Indonesia yang membentuk gerakan positif dengan menggunakan Twitter dalam membentuk suatu aktivisme digital baik untuk membantu korban dari bencana maupun tragedi terkait dengan isu-isu sosial/politik tertentu. Dengan berkembangnya teknologi di era digital ini mendorong terbentuknya suatu budaya di era digital yakni budaya partisipatif yang berkembang dalam suatu *fandom*. Penelitian ini akan mengeksplorasi bagaimana ARMY Indonesia membentuk suatu gerakan sosial dengan menggunakan media sosial Twitter didukung dengan penggunaan *crowdfunding platform* Kitabisa.com sehingga mendukung keberhasilan dalam membentuk penggalangan dana untuk membantu korban Kanjuruhan.

Budaya partisipatif menjadi ciri khas masyarakat di era digital, dalam budaya partisipatif ini setiap anggota percaya bahwa kontribusi yang mereka berikan ini berarti, meskipun mereka tidak harus selalu berkontribusi namun mereka harus memahami bahwa mereka layak berkontribusi dan apapun yang diberikan ini akan sangat berarti. Dalam budaya partisipatif ini terdiri dari empat aspek yaitu afiliasi, ekspresi, pemecahan masalah secara kolaboratif, dan sirkulasi. Budaya partisipatif ini diketahui sebagai budaya yang memiliki hambatan yang rendah sehingga memungkinkan setiap individu mengambil peran dalam produksi, diseminasi dan interpretasi budaya yang dilakukan antar masing-masing individu dalam suatu komunitas (Jenkins et al., 2015).

Sebagai bentuk empati dalam menyikapi tragedi Kanjuruhan ini, terdapat beberapa *fandom* K-Pop yang membentuk penggalangan dana untuk para korban

Kanjuruhan. Tidak hanya ARMY Indonesia, adapun *fandom* K-Pop lainnya yang turut membentuk penggalangan dana yang terdiri atas NCTzen dan WayZenni, CARAT Indonesia, EXO-L Indonesia, ELF Indonesia, dan Seonhohada Indonesia. *Fandom* ini tidak lagi menggambarkan komunitas masyarakat namun sebagai pengakuan atas hubungan emosional melalui teks populer atau narasi tertentu (Duffett, 2013). Terlepas dari banyaknya *fandom* K-Pop yang turut berpartisipasi dalam membuat penggalangan dana ini, hanya *fandom* tertentu yang dapat menggerakkan massa. Tidak hanya ARMY, *fandom* NCT pun berhasil mengumpulkan donasi hingga 340 juta rupiah. Namun terlepas dari jumlah donasi yang telah dikumpulkan oleh *fandom* K-Pop ini, ARMY memberikan dukungan kepada para korban Kanjuruhan dengan menyediakan bantuan psikologis dan bantuan hukum untuk para korban yang terdampak.

ARMY (*Adorable Representative M.C For Youth*) ini telah dikenal sebagai salah satu *fandom* dari penggemar K-Pop BTS, kepopuleran BTS yang telah mendunia ini juga tidak lepas dari peran yang dilakukan oleh para penggemarnya. *Fandom* ARMY ini dikenal sebagai *fandom* terkuat di Indonesia. Mereka memiliki beragam akun *fanbase* melalui Twitter, salah satunya yaitu ARMY Help Center (AHC) yang memiliki banyak pengikut yaitu sebanyak 48 ribu followers. AHC ini merupakan bagian dari ARMY Indonesia yang didukung dengan latar belakang pendidikan atau profesi Psikologi. Hadirnya komunitas AHC ini menjadi hal yang membedakan dengan bagaimana mereka menyikapi tragedi Kanjuruhan ini dibandingkan dengan *fandom* K-Pop lainnya, bagaimana proses ARMY Indonesia dalam membantu para korban Kanjuruhan dengan menyediakan bantuan psikologis sehingga hal ini yang menarik untuk diteliti lebih lanjut. Dalam tragedi ini, AHC berfokus dalam membantu menyediakan tempat yang aman untuk para korban Kanjuruhan untuk bercerita sehingga adanya komunitas ini juga dapat memberikan dampak positif tidak hanya untuk ARMY namun juga masyarakat luas.

Dengan banyaknya jumlah donasi yang terkumpul dengan terbentuknya penggalangan dana ini, penelitian ini akan memperdalam bagaimana kolaborasi yang terjalin antar sesama ARMY Indonesia dengan khalayak sehingga dapat

memberikan pengaruh yang sangat signifikan untuk membantu korban Kanjuruhan. Para penggemar K-Pop ini telah berhasil dalam membangun komitmen daring secara kreatif, memegang nilai-nilai progresif serta berperan aktif dalam membuat berbagai kegiatan sosial di media sosial. Beragam komunitas penggemar idola K-Pop ini telah hadir karena didukung oleh teknologi yang menyediakan banyaknya akses ke musik populer melalui cara-cara yang berbeda. Dengan adanya teknologi digital ini *fandom* dapat memperlihatkan potensi mereka dalam menjadi intelektual serta kritikus yang disebut posisi eksklusif terhadap kelompok-kelompok dominan (Giles, 2013).

Kehadiran penggemar ini menjadi sebuah manifestasi berdasarkan apa yang disebut dengan budaya populer. Para penggemar K-Pop ini dapat membentuk kekuatan bersama untuk turut berpartisipasi dalam isu-isu sosial. Masing-masing telah disosialisasikan pada berbagai budaya yang berbeda sehingga dapat menyadari banyak masalah sosial yang berbeda. Mereka pun membentuk satu kesatuan yang saling berinteraksi sehingga membentuk solidaritas yang tinggi sebagai bagian dari identitas ARMY Indonesia. Salah satu bukti kuat berkembangnya penggunaan media sosial yakni melalui Twitter yaitu ketika *Korean Wave* mulai berkembang di berbagai negara salah satunya Indonesia.

Para penggemar telah muncul sejak abad ke-19 dan dapat dikatakan bahwa penggemar ini merupakan sebuah reaksi terhadap popularitas dari idola dimana suatu individu memiliki hubungan secara emosional dengan idola tersebut dan mereka berperan aktif dalam menyebarkan informasi dan berbagai produk yang berkaitan dengan idola mereka (Yoon & Dal Yang Jin, 2017). *Fandom* yang sebelumnya hanya dipandang melalui pengaruh negatifnya namun saat ini sudah banyak sekali pengaruh positif yang telah ditunjukkan seperti contohnya membentuk suatu penggalangan dana yang tidak semata-mata untuk kepentingan idola mereka tetapi hal tersebut dijalankan untuk tujuan sosial yang tampaknya tidak terkait dengan idola mereka (Gray et al., 2020). Banyaknya jumlah donasi yang terkumpul dalam ARMY Indonesia untuk Korban Kanjuruhan ini tentu memunculkan suatu teka-teki, hal apakah yang membuat banyak sekali

masyarakat yang ikut berdonasi dengan mengatasmamakan ARMY Indonesia. Karena tanpa mengatasmamakan ARMY Indonesia, mereka tentunya dapat membentuk penggalangan dana yang didukung dengan penggunaan *crowdfunding platform* Kitabisa.com.

Hal tersebut yang akan dieksplorasi lebih lanjut bagaimana dorongan dari masing-masing individu untuk memberikan kontribusi sehingga dengan ini mereka ingin menunjukkan identitas mereka sebagai *fandom* bahwa dengan mengatasmamakan ARMY ini dapat menunjukkan kepada masyarakat luas dengan kekuatan yang dimiliki oleh *fandom* ini. ARMY yang dikenal sebagai para penggemar BTS ini telah menunjukkan berbagai kontribusi dengan ikut terlibat dalam membuat aktivisme digital baik dalam ranah sosial dan politik. Para penggemar K-Pop yang awalnya hanya dibangun berdasarkan minat maupun kesenangan terhadap idola nya namun saat ini mereka juga berperan aktif sebagai aktor alternatif yang dapat turut berpartisipasi dalam ranah sosial/politik untuk dapat menyampaikan aspirasinya dalam menjadi representasi publik.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, dapat diketahui bahwa tragedi Kanjuruhan ini memunculkan adanya budaya partisipatif dalam ARMY Indonesia yakni dengan melakukan kolaborasi, di mana kolaborasi tersebut merupakan salah satu aspek dari budaya partisipatif melalui media sosial Twitter. Dalam penelitian ini hanya akan berfokus dalam satu aspek utama yakni kolaborasi dalam aktivitas budaya partisipatif ARMY Indonesia. Ini menjadi hal yang menarik untuk diteliti, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu seperti apa bentuk kolaborasi yang dilakukan ARMY Indonesia dalam menyikapi tragedi Kanjuruhan.

## **1.3 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah dalam penelitian ini maka pertanyaan dari penelitian ini yakni bagaimana kolaborasi sebagai salah satu aspek budaya

partisipatif dapat mendorong ARMY Indonesia dalam menyikapi tragedi Kanjuruhan di Twitter.

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah dan pertanyaan penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini:

1. Untuk mendeskripsikan kolaborasi yang dilakukan ARMY Indonesia dalam menyikapi tragedi Kanjuruhan.
2. Untuk mengetahui bentuk kolaborasi yang dilakukan ARMY Indonesia dalam menyikapi tragedi Kanjuruhan.

#### **1.5 Kegunaan Penelitian**

##### **1.5.1 Kegunaan Akademis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi tidak hanya dalam pengembangan konsep budaya partisipatif sebagai ciri khas di era digital, namun juga dapat bermanfaat dalam pengembangan konsep budaya *fandom* terutama dalam membentuk suatu aktivisme digital. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya terutama pada penelitian yang akan membahas perkembangan budaya partisipatif yang terbentuk dalam suatu komunitas.

##### **1.5.2 Kegunaan Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman bagi para mahasiswa tentang sejauh mana *fandom* K-Pop yaitu ARMY Indonesia dapat mengembangkan budaya partisipatif yang tumbuh dalam *fandom* ini sehingga dapat melakukan kolaborasi dalam menyikapi tragedi Kanjuruhan di media sosial Twitter.