

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Masuknya budaya Korea ke Indonesia bermula sejak tahun 2000-an dengan penayangan beberapa drama Korea yang dikenal sangat populer pada masa itu, seperti “*Winter Sonata*” dan “*Full House*” (Angeline, 2018). Setelahnya, budaya Korea mulai berkembang dari tahun ke tahun seiring berkembangnya teknologi,

Perkembangan budaya Korea yang sangat pesat sejak beberapa tahun belakangan ini serta masyarakat Indonesia yang menerima masuknya budaya ini telah menghasilkan sebuah fenomena yang bernama “*Korean Wave*” (Sarajwati, 2020). *Korean Wave* adalah sebuah istilah yang terkait dengan seluruh budaya asal Korea Selatan, dimulai dari musik, *film*, drama, *fashion*, hingga kebiasaan hidup yang akan disebar ke seluruh penjuru dunia (Puspita, 2022). Fenomena *Korean Wave* ini dapat juga disebut dengan “*Hallyu*” yang mencakup beberapa aspek budaya Korea Selatan, yaitu *K-pop*, *K-drama*, *K-food*, *K-film*, *K-beauty*, dan Bahasa Korea (Liputan 6, 2021).

Dari banyaknya budaya Korea Selatan, salah satu budaya yang paling diminati di Indonesia adalah budaya *K-pop*. Hal ini dapat dibuktikan dari sebuah penelitian yang dilakukan oleh *Good Stats* pada 2021.



Gambar 1.1 Negara dengan Jumlah Fans K-pop Terbanyak
Sumber: Goodstats.id (2022)

Dari gambar 1.1 di atas dapat terlihat bahwa Indonesia menduduki posisi teratas sebagai negara dengan jumlah penggemar *K-pop* paling banyak di dunia. Hal ini membuktikan bahwa terdapat banyak masyarakat Indonesia yang menyukai budaya *K-pop*.

Sebagai seorang penggemar, tentu saja mereka ingin selalu *up to date* tentang seluruh informasi yang terkait dengan *K-pop*. Meskipun demikian, kegiatan menggali informasi *K-pop* tidak hanya sekadar untuk mengetahui aktivitas terbaru di dunia *K-pop* saja, melainkan mengandung banyak manfaat lainnya (Azizah K. N., 2021). Manfaatnya adalah dapat mengurangi rasa stress, meningkatkan *skill* berbahasa asing, menjadi prospek karir, dan meningkatkan relasi (Intan, 2021). Selain itu, dengan mengakses informasi *K-pop*, maka secara tidak langsung dapat mengenal lebih dalam terkait dengan budaya Korea Selatan yang tentunya akan menambah ilmu pengetahuan (Panjaitan, 2020).

Berdasarkan survei dari *Kumparan* pada 2017, 56% penggemar *K-pop* menghabiskan waktunya selama 1-5 jam di media sosial untuk menggali informasi mengenai idola mereka masing-masing serta sebanyak 28% menghabiskan waktu hingga di atas 6 jam untuk menggali informasi idola (Rinata & Dewi, 2019, p. 14). Hasil survei tersebut menunjukkan bahwa media sosial menjadi pilihan terbanyak bagi para penggemar untuk mencari informasi dan salah satu media sosial yang dapat diakses untuk mencari informasi *K-pop* adalah Instagram.

Karena banyaknya peminat *K-pop* di Indonesia serta kebutuhan untuk mencari informasi *K-pop* sebagai seorang penggemar, telah muncul berbagai portal berita *K-pop* asal Indonesia di Instagram untuk memudahkan para penggemar *K-pop* dalam mencari informasi. Salah satu portal berita *K-pop* asal Indonesia di Instagram yang populer adalah @Coppamagz.



Gambar 1.2 Logo Coppamagz
Sumber: Coppamagz.com (2023)

Coppamagz merupakan salah satu portal berita *K-pop* besar asal Indonesia. Coppamagz sendiri tidak hanya tersedia di Instagram, melainkan mereka juga memiliki *website*, Twitter, dan TikTok, serta Youtube. Di Instagram, jumlah *post* akun Coppamagz telah mencapai ±67.300 *posts*. Jumlah tersebut adalah jumlah *post* terbanyak nomor 1 dibandingkan portal *K-pop* lainnya di Instagram. Selain itu, Coppamagz juga memiliki jumlah pengikut yang terhitung banyak, yaitu sebanyak 1,2 juta pengikut.

Untuk konten berita yang disediakan oleh Coppamagz berdominan pada berita mengenai *idol*/musisi Korea, baik itu *idol* yang populer hingga yang kurang populer sekalipun. Beritanya bisa mengenai berita perilisan lagu baru, konser, prestasi yang dicapai, *brand ambassador*, serta *breaking/shocking news*. Untuk memudahkan para pembaca, Coppamagz memberikan warna *background* tulisan di Instagram *Feeds* yang berbeda untuk kategori berita biasa dan berita mengejutkan/*breaking news*.



Gambar 1.3 Contoh Berita Biasa di Instagram @Coppamagz
Sumber: Instagram @Coppamagz (2023)

Gambar 1.3 di atas memperlihatkan salah satu contoh berita kategori biasa. Untuk berita biasa diberikan warna *background* hijau yang identik dengan tema warna Coppamagz. Berita yang termasuk kategori biasa seperti berita perilisan *teaser*, *music video*, foto konsep, prestasi yang dicapai, konser, hingga pengumuman *brand ambassador*.



Gambar 1.4 Contoh *Breaking News* di Instagram @Coppamagz
Sumber: Instagram @Coppamagz (2023)

Gambar 1.4 di atas memperlihatkan salah satu contoh berita kategori *breaking news*. Kategori *breaking news* akan diberikan warna *background* merah yang memudahkan pembacanya untuk membedakan dua kategori berita tersebut. Berita yang termasuk kategori ini seperti berita berduka, rumor kencan, *idol* yang terlibat dengan kasus, *idol* yang *comeback*, serta *idol* yang meraih trofi pertama.

Akun Instagram Coppamagz tentu saja tidak akan terlepas dari persaingan. Saat ini sudah terdapat banyak portal berita yang serupa di Instagram dan setiap portal berita tersebut memiliki ciri khasnya tersendiri yang membedakannya dari portal berita *K-pop* lain. Untuk memperjelas bagaimana perbedaannya, peneliti akan mencantumkan sebuah tabel perbandingan antara Coppamagz dan portal *K-pop* lainnya di Instagram.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

Tabel 1.1 Tabel Perbandingan Akun Portal *K-pop* Indonesia di Instagram

No.	Username	Followers	Posts	Topik Berita	Kelebihan	Kekurangan
1	@Coppamagz	±1,2 juta	Total: ±67.300 1 hari: ±34	<i>K-pop</i> (dominan), <i>K-drama</i> , <i>K-variety show</i> , <i>K-entertainment</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Idol yang diberitakan lengkap, dimulai dari idol yang kurang populer hingga yang populer - Jumlah <i>posts</i> harian paling banyak - Memberikan warna yang berbeda untuk berita biasa & berita <i>shocking</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Akun belum terverifikasi (centang biru)
2	@Officialkvibes	±1,1 juta	Total: ±41.800 1 hari: ±16	<i>K-pop</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Akun sudah terverifikasi (centang biru) 	<ul style="list-style-type: none"> - Terdapat banyak iklan di <i>feeds</i> - Idol yang diberitakan kurang lengkap
3	@Fyi.korea	±1,3 juta	Total: ±51.600 1 hari: ±18-22	<i>K-pop</i> (dominan), <i>K-drama</i> , <i>K-variety show</i> , <i>K-entertainment</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Jumlah <i>followers</i> terbanyak - Topik berita beda dari yang lain (unik) 	<ul style="list-style-type: none"> - Akun belum terverifikasi (centang biru)
4	@Kfeedsid	±101.000	Total: ±16.800 1 hari: ±13-17	<i>K-pop</i> (dominan), <i>K-drama</i> , <i>K-entertainment</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Tidak terdapat iklan di <i>feeds</i> sehingga terlihat rapi dan enak dilihat 	<ul style="list-style-type: none"> - Jumlah pengikut masih sedikit - Akun belum terverifikasi (centang biru) - Hanya memberitakan idol populer

5	@Panncafe	±702.000	Total: ±24.900 1 hari: ±16	<i>K-pop</i> (dominan), <i>K-drama</i> , <i>K-entertainment</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Namanya sudah tidak asing di telinga penggemar <i>K-pop</i> Indonesia - Memberikan warna yang berbeda untuk berita biasa & berita <i>shocking</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Terdapat iklan di <i>feeds</i> (tidak banyak) - Akun belum terverifikasi (centang biru) - Idol yang diberitakan kurang lengkap
---	-----------	----------	---	--	--	--

Sumber: Olahan Peneliti (2023)

UMMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA

Tabel 1.1 di atas menunjukkan bahwa Coppamagz merupakan akun yang paling aktif dibandingkan portal lainnya dengan jumlah *post* sebanyak ± 34 *posts* dalam 1 hari dengan 85% kontennya merupakan konten tentang *K-pop*. Ini membuktikan bahwa Coppamagz memiliki banyak konten untuk diunggah dalam artian bahwa konten Coppamagz lebih lengkap dibandingkan yang lain. Hal ini menjadi dasar bagi peneliti untuk memilih Coppamagz sebagai objek penelitian karena informasi yang lengkap merupakan salah satu faktor yang penting untuk memenuhi kebutuhan akan informasi.

Media sosial sendiri memiliki banyak fungsi, tetapi yang paling menonjol adalah untuk mencari informasi terkini. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh *Populix* pada Juni 2022, sebanyak 79% responden mengatakan bahwa mereka mengakses media sosial untuk mengakses informasi terkini dan jawaban ini adalah jawaban terbanyak dari berbagai jawaban yang diberikan (Hasya, 2022).

Terlepas dari banyaknya kelebihan yang dimiliki, media sosial juga memiliki kelemahan, yaitu kredibilitas yang rendah. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh jajarannya Ditreskrimsus Polda Metro Jaya memberikan hasil bahwa Instagram menjadi media sosial nomor 1 yang digunakan untuk menyebarkan berita hoax (Velarosdela, 2020). Hal ini menunjukkan betapa berbahayanya Instagram sebagai sarana penyebar informasi karena masih banyaknya individu yang memanfaatkan Instagram untuk menyebarkan hoax. Selain itu, hal ini juga menimbulkan pertanyaan apakah Instagram dapat memenuhi kebutuhan informasi karena rendahnya kredibilitas akibat berita hoax.

Relasi antara konten media sosial dan pemenuhan kebutuhan informasi sudah terbukti dari salah satu penelitian yang dilakukan oleh seorang mahasiswa bernama Arshinta dengan hasil penelitian yang positif, yaitu variabel Y (kebutuhan informasi *followers*) dipengaruhi sebesar 49,2% oleh variabel X (konten Instagram @Jktinfo) (Putri A. E., 2020, p. 140). Dari pemaparan di atas, peneliti memutuskan untuk menjalankan penelitian ini dengan judul “Pengaruh Konten *K-pop* pada Instagram @Coppamagz terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Penggemar *K-pop*”.

1.2 Rumusan Masalah

Budaya Korea Selatan berkembang sangat pesat di Indonesia. Dengan jumlah penggemar *K-pop* yang sangat banyak, kehidupan sebagian besar masyarakat Indonesia sudah tidak terlepas dari budaya *K-pop*, dimulai dari *idol* hingga musik. Ciri khas dari seorang penggemar adalah ia akan selalu ingin tahu informasi terkini yang berkaitan dengan apa yang ia sukai, sedangkan *platform* yang paling sering diakses untuk mencari informasi adalah media sosial, salah satunya Instagram.

Oleh karena itu, solusinya adalah dengan mengakses portal berita *K-pop* asal Indonesia di Instagram sehingga dapat memudahkan penggemar untuk mencari informasi terkait dengan *K-pop*. Namun, seperti yang kita ketahui, kredibilitas media sosial termasuk sangat rendah karena banyaknya berita hoax berdasarkan hasil temuan dari Ditreskrimsus Polda Metro Jaya (Velarosdela, 2020). Dengan demikian, penelitian ini berfokus untuk mengetahui apakah konten *K-pop* pada Instagram @Coppamagz dapat memenuhi kebutuhan informasi penggemar *K-pop* di kalangan *followers* akun @Coppamagz.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berikut adalah pertanyaan yang ingin diketahui melalui penelitian ini:

1. Apakah terdapat pengaruh konten *K-pop* pada Instagram @Coppamagz terhadap pemenuhan kebutuhan informasi penggemar *K-pop*?
2. Seberapa besar pengaruh konten *K-pop* pada Instagram @Coppamagz terhadap pemenuhan kebutuhan informasi penggemar *K-pop*?

1.4 Tujuan Penelitian

Berikut adalah tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini:

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh konten *K-pop* pada Instagram @Coppamagz terhadap pemenuhan kebutuhan informasi penggemar *K-pop*.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh konten *K-pop* pada Instagram @Coppamagz terhadap pemenuhan kebutuhan informasi penggemar *K-pop*.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi rujukan dan bahan penelitian lanjutan yang sejenis dengan kajian media sosial dan pemenuhan kebutuhan informasi. Harapan lainnya adalah penelitian ini dapat meningkatkan pemahaman dan pengetahuan mengenai teori *Uses and Gratification* serta manajemen konten dalam media sosial.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi rujukan serta saran bagi pihak Coppamagz selaku objek penelitian mengenai bagaimana efektivitas dari penyebaran konten *K-pop* di Instagram serta inovasi yang dapat dilakukan untuk menghasilkan konten yang lebih baik sehingga dapat menyenangkan para pembacanya.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA