

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Seiring berjalannya waktu, kehadiran media baru juga menjadi semakin beragam dengan pesatnya kemajuan teknologi komunikasi. Salah satu media baru yang kini paling berkembang dan digunakan oleh sebagian besar masyarakat, ialah media sosial. Berdasarkan survei *Hootsuite: We Are Social* per Januari 2023, pengguna media sosial telah mencakup hingga 167 juta pengguna dari total penduduk yang ada di Indonesia sebesar 276.4 juta. Maka, sudah lebih dari setengah populasi penduduk di Indonesia sekitar 60.4% yang aktif dalam menggunakan media sosial (Kemp, 2023).

Dari tren penggunaan media sosial, platform Youtube termasuk sebagai salah satu media sosial jenis *media sharing network* yang saat ini populer atau kerap banyak diakses oleh masyarakat. Indonesia berada pada peringkat keempat sebagai pengguna Youtube terbanyak dari seluruh dunia dengan total pengguna hingga 139 juta (Kemp, 2023). Dilansir dari CNNIndonesia.com (2022), berdasarkan hasil survei yang telah dilakukan oleh Populix pada 30 Maret 2022 lalu, juga menunjukkan bahwa Youtube berhasil dalam menempati posisi pertama dengan total 94% sebagai platform media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia. Selain itu, dari data yang dirilis oleh Youtube di acara *Brandcast Delivered* pada Oktober 2021 juga telah menunjukkan bahwa lebih dari 100 juta khalayak Indonesia yang berumur di atas 18 tahun rutin mengakses video di Youtube setiap bulannya. Sehingga, Youtube dapat diidentifikasi sebagai salah satu platform media sosial dengan pengguna terbesar dan cenderung aktif di Indonesia.

Menurut Baskoro dalam (Hayes, 2018), Youtube merupakan sebuah situs video yang berisi beragam informasi dalam bentuk gambar bergerak yang bisa diandalkan. Yang mana media sosial Youtube saat ini pun tidak hanya lagi dimanfaatkan sebagai media hiburan untuk membagikan serta mengakses musik video saja, tetapi juga telah diterapkan atau diandalkan untuk memenuhi tuntutan kebutuhan generasi digital sebagai media pembelajaran. Sebab Youtube mampu mendorong minat serta menyesuaikan pada gaya belajar generasi digital (Ena, 2015). Dilansir dari Kemdikbud.go.id (2022), hasil penelitian yang dilakukan oleh Fadhli (2015) juga menunjukkan bahwa orang-orang lebih tertarik untuk belajar melalui media video dibandingkan media teks atau gambar diam, sehingga media video seperti salah satunya Youtube dinilai lebih efektif untuk mampu membuat seseorang menerima pembelajaran yang diberikan kepadanya. Youtube sendiri telah digunakan oleh sebagian orang sebagai media belajar untuk memperluas pengetahuan dan meningkatkan *skill* atau kemampuan dirinya secara mandiri (Esnirani & Rahayu, 2021).

Dari berbagai konten video yang tersebar pada Youtube, topik yang cukup tren dengan memasuki di antara empat urutan terbesar yang marak diminati oleh masyarakat sekarang ini adalah konten hiburan *vlog* sehari-hari yang di dalamnya berisi mengenai berbagai informasi populer (Kurniawan, 2019). Salah satunya terkait budaya dari berbagai macam negara yang sedang populer dalam masyarakat. Hal tersebut disebabkan oleh perkembangan teknologi komunikasi yang masif akibat adanya globalisasi melalui hadirnya media baru, yakni salah satunya media sosial seperti Youtube yang mampu membuat informasi budaya suatu negara dapat dengan mudah masuk ke negara lainnya secara cepat yang tidak dibatasi oleh ruang dan waktu. Oleh karena itu, masyarakat dapat dengan mudah untuk mencari berbagai informasi mengenai budaya dari negara lainnya secara bebas (Cindoswari & Diana, 2019).

Untuk Indonesia sendiri, informasi budaya populer yang sedang *booming* dalam masyarakat adalah budaya populer Korea Selatan atau yang disebut juga sebagai *Korean Wave*. Hal tersebut dapat diamati dari fenomena budaya Korea Selatan yang kini sedang meluas di Indonesia yang keberadaannya diterima cukup baik oleh masyarakat (Sari, 2022). Yang mana minat terhadap konten hiburan Korea Selatan cenderung berkembang amat pesat dalam satu dekade terakhir ini (Tim Riset CNBC Indonesia, 2022). Berdasarkan *Korean Foundation for International Cultural Exchange* (KOFICE), pada tahun 2021 Indonesia termasuk ke dalam *top 5* negara yang paling minat terhadap budaya *Korean Wave*. Indonesia berada pada posisi keempat tertinggi di dunia yang paling tertarik terhadap budaya Korea Selatan. Dengan beragam produk hiburan Korea Selatan seperti film Korea (*K-Movie*), drama Korea (*K-Drama*), musik Korea (*K-Pop*), dan juga berbagai program acaranya (*variety shows*) yang marak digemari oleh masyarakat (Henry, 2021). Dilansir dari laman EGA GEO UGM, semakin banyaknya masyarakat yang menjadi tertarik untuk ingin mengetahui bahkan mempelajari lebih dalam tentang budaya Korea Selatan itu lebih jauh dari sekadar hanya menikmati hiburannya saja. Yang mana budaya Korea Selatan mulai banyak diimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari oleh para pecinta budaya Korea di Indonesia (Era.id, 2023).

Kini informasi atau edukasi mengenai budaya Korea Selatan telah dapat dicari oleh masyarakat secara lebih mudah dan praktis melalui berbagai sumber. Salah satunya dapat diperoleh melalui akun Youtube yang membahas terkait budaya Korea Selatan dari *Youtuber* atau pembuat konten yang memang secara langsung menetap di Korea yang mampu memberikan informasi atau edukasi mengenai budaya Korea di Korea Selatan itu bagaimana secara nyata dan terkini (*up-to-date*) kepada khalayak.

Maka dari itu, akun Youtube yang mengangkat tema terkait budaya Korea Selatan yang menetap secara langsung di Korea sendiri marak digemari, khususnya jika *Youtuber* atau pembuat kontennya tersebut merupakan pasangan atau keluarga multikultural antara orang Korea dan Indonesia. Salah satunya yang sedang populer adalah akun Youtube bernama Kimbab Family, yang saat ini telah memiliki total

jumlah *subscribers* hingga 2.39 juta, dimana jumlah *subscribers* yang dimiliki oleh mereka terpantau terus meningkat setiap bulannya hingga sekarang ini. *Subscribers* Kimbab Family sendiri didominasi oleh netizen Indonesia jika dilihat dari para khalayak yang telah memberikan komentar pada akun Youtube serta Instagram Kimbab Family.

Kimbab Family merupakan keluarga multikultural yang saat ini sedang menetap di Seoul, Korea Selatan. Yang terdiri dari Appa Jay (Korea Selatan), Mama Gina (Indonesia), beserta ketiga anaknya yaitu Suji, Yunji, dan Jio. Kimbab Family sendiri sudah pernah diundang ke acara televisi Indonesia, yakni Tonight Show di NET TV pada Agustus 2022 lalu. Selain itu, juga sebagai salah satu di antara dua *Youtuber* yang terpilih untuk bertemu bersama Duta Besar Republik Indonesia di Korea pada Maret 2022 lalu, sebab dinilai telah mampu menyebarkan informasi atau edukasi mengenai budaya Korea Selatan secara luas dan positif kepada masyarakat Indonesia.

Konten-konten yang dibagikan oleh Kimbab Family merupakan konten *vlog* mengenai kegiatan keseharian mereka sebagai keluarga, kegiatan anak-anaknya, jalan-jalan (*travelling*) di Korea Selatan, serta mengenai kebudayaan Korea termasuk perbedaan budaya Korea dan Indonesia. Dari konten-konten yang telah diunggah oleh Kimbab Family, menampilkan berbagai unsur budaya komunikasi Korea Selatan yang dapat dipelajari oleh audiensnya. Seperti dari bagaimana perilaku atau kebiasaan orang Korea Selatan dalam berkomunikasi sehari-harinya secara nyata melalui penggunaan bahasa dan gaya bicara, gestur, *body language*, hingga budaya atau tren penampilan pakaian orang Korea Selatan. Hal tersebut dikarenakan oleh Kimbab Family yang juga memang menetap di Korea Selatan, sehingga untuk secara keseluruhan penggunaan bahasa, gaya bicara, gestur, *body language*, serta pakaian yang diterapkan oleh mereka pun mengikuti budaya Korea Selatan, terutama oleh Appa Jay beserta ketiga anaknya. Selain itu, Kimbab Family juga kerap menampilkan berbagai interaksi yang dilakukan secara langsung dengan orang Korea asli lainnya dalam konten-kontennya tersebut, seperti pada saat mereka bersama orang tua Appa Jay, teman-temannya Appa Jay, hingga dengan *idol* Korea, dan juga dengan warga lainnya saat mereka bepergian atau melakukan aktivitas di

luar rumah. Selain itu, pada seluruh konten Kimbab Family juga selalu dicantumkan terjemahan bahasa Indonesia saat mereka berkomunikasi menggunakan bahasa Korea, sehingga audiens khususnya netizen Indonesia dapat mengerti apa yang telah dikomunikasikan oleh Kimbab Family secara lebih mudah.

Oleh karena itu, dari akun Youtube Kimbab Family ini yang mampu menampilkan secara nyata bagaimana budaya (perilaku atau kebiasaan) orang Korea Selatan dalam berkomunikasi sehari-harinya dan kerap melakukan interaksi secara langsung dengan orang Korea asli lainnya dalam konten-kontennya tersebut. Dengan dilengkapi terjemahan bahasa Indonesia dan sekaligus juga diselingi dengan konten hiburan agar proses pembelajaran dapat terasa lebih menyenangkan. Maka akun Youtube Kimbab Family diharapkan dapat memberikan kepuasan atau memenuhi kebutuhan pembelajaran budaya komunikasi Korea Selatan bagi para audiensnya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, menunjukkan bahwa akun Youtube Kimbab Family merupakan suatu akun dengan konten-konten yang berisi budaya komunikasi Korea Selatan yang dapat dipelajari oleh audiensnya. Masalah penelitian ini akan lebih ditekankan bahwa audiens khususnya *subscribers* yang telah memilih untuk menggunakan akun Youtube Kimbab Family sebagai pemenuhan kebutuhan pembelajaran budaya komunikasi Korea Selatan, belum tentu bahwa pada akhirnya mereka semua telah memperoleh secara sepenuhnya kebutuhan pembelajaran budaya komunikasi Korea Selatan sesuai yang mereka harapkan atau inginkan pada saat awal memilih untuk menggunakan akun Youtube Kimbab Family. Maka dari itu, motif atau keinginan para *subscribers* menggunakan akun Youtube Kimbab Family sebagai pemenuhan kebutuhan pembelajaran budaya komunikasi Korea Selatan belum diketahui secara signifikan telah terpenuhi atau belum.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Dari rumusan masalah yang telah diuraikan, maka dibentuklah pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah ada perbedaan antara motif penggunaan akun Youtube Kimbab Family oleh para *subscribers* dengan pemenuhan kebutuhan pembelajaran budaya komunikasi Korea Selatannya tersebut?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan antara motif penggunaan akun Youtube Kimbab Family oleh para *subscribers* dengan pemenuhan kebutuhan pembelajaran budaya komunikasi Korea Selatannya tersebut.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi untuk penelitian mengenai motif penggunaan media sosial Youtube sebagai pemenuhan kebutuhan pembelajaran khususnya terkait budaya komunikasi Korea Selatan. Serta, dapat dijadikan sebagai rujukan untuk kajian berikutnya mengenai teori *uses and gratifications*, konsep media sosial Youtube, dan budaya komunikasi Korea Selatan.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan wawasan bagi para *content creator* pada Youtube khususnya dalam bidang yang membahas terkait budaya Korea Selatan untuk memperhatikan tanggapan audiens mengenai kekurangan ataupun saran terhadap akun Youtube sebagai media pembelajaran budaya komunikasi Korea Selatan.