

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

K-Pop adalah singkatan dari *Korean Pop* atau musik populer yang berasal dari Korea Selatan (Setiyaningrum, 2022). K-Pop terkenal akan ikatan emosional yang erat antara penggemar dan idola serta komunitas penggemarnya sendiri (Rahyadi, 2022). Komunitas penggemar K-Pop atau disebut juga *fandom* memiliki gaya busana dan bahasa yang unik sehingga berbeda dengan komunitas lainnya (Wardani, 2015). Pada Maret 2022, Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Sandiaga Uno mengkonfirmasi bahwa konser musik dapat diadakan kembali setelah pandemi (Rosa, 2022). Konser K-Pop pun kembali dilaksanakan di Indonesia dan sampai saat ini telah diadakan 27 konser K-Pop di Jakarta sepanjang tahun 2023 (Ismail & Rosana, 2023).

Konser K-Pop menghadirkan keseruan yang luar biasa, tetapi terkadang para penontonnya dapat terbawa suasana sehingga melupakan pentingnya menjaga ketertiban saat menikmati konser. Aturan-aturan seperti tidak menggunakan kamera profesional, tidak membawa makanan dan minuman ke dalam konser, tidak merokok dalam konser, dan peraturan lainnya sudah diunggah promotor lewat media sosial dan situs web (Dyandra, 2023). Namun, ada beberapa etika pada konser K-Pop yang belum terlaksanakan dengan baik oleh para penonton. Misalnya, mengangkat ponsel setinggi mata, tidak berdorongan jika berada di kategori *standing*, tidak berdiri jika berada di kategori *seating*, tidak menggunakan atribut yang mengganggu, dan lain sebagainya (Tionardus & Setiawan, 2023).

Pelanggaran etika tersebut dilakukan oleh banyak penonton karena penonton bertindak sesuai keinginannya dan tidak mau diatur demi melihat idolanya dalam jangkauannya (Cahyo, 2020). Penonton juga tidak memahami dampak yang dapat terjadi akibat pelanggaran etika tersebut. Kurangnya kesadaran penonton tersebut akan dampak dari sikap egois dan tidak peduli ini dapat merugikan pengalaman

konser penonton lain. Akibatnya, sering terjadi pelanggaran etika saat konser K-pop berlangsung.

Contoh nyata dari pelanggaran etika konser K-Pop adalah saat konser BLACKPINK tanggal 12-13 Maret 2023 dimana terdapat penonton yang melempar barang ke panggung mengenai member BLACKPINK (Pramana, 2023). Kericuhan juga terjadi di *Golden Disc Awards 2024* tanggal 6 Januari 2024 dimana *fansite* mendorong, memukul, memaki, hingga mengacungkan jari tengah pada sekuriti (Rubiah, 2024). Hal ini dapat memicu konflik antar penonton dan staf, keamanan penonton terancam, juga membuat artis merasa tidak nyaman. Tidak menutup kemungkinan konser juga bisa dihentikan. Konser yang dihentikan kepolisian karena kondisi yang tidak kondusif adalah konser NCT 127 pada 4 November 2022. Hal ini disebabkan karena adanya pagar barikade yang roboh karena ulah penggemar NCT 127 yang berdesakan dorong-mendorong ke panggung utama. Jumlah penonton yang pingsan pun ada sekitar 30 orang (Hutajulu, 2022).

Jika penonton tidak mengetahui atau memilih untuk tidak mengikuti etika saat menonton konser, keseluruhan pengalaman audiens maupun artis dapat terkena dampaknya. Penonton yang terus mengganggu kenyamanan penonton lain dapat menimbulkan kericuhan. Kericuhan yang semakin besar hingga melibatkan promotor dan artis dapat membuat nama Indonesia menjadi jelek di mata dunia. Tidak menutup kemungkinan juga bahwa konser K-Pop bisa dilarang diselenggarakan di Indonesia karena keamanan yang terancam (Wismoyo & Chozenah, 2022).

Menurut Venus (2018), kampanye adalah bentuk komunikasi yang direncanakan dengan tujuan untuk mempengaruhi masyarakat demi mencapai tujuan tertentu. Penulis akan bekerjasama dengan Kemenparekraf sebagai *mandatory*. Kemenparekraf sendiri memiliki tujuan untuk meningkatkan kualitas lingkungan konser di Indonesia sehingga selaras dengan tujuan kampanye ini. Maka berdasarkan penjabaran diatas, penulis merancang kampanye sosial tentang etika saat menonton konser K-Pop bagi usia 15-24.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah dipaparkan di atas, masalah yang ditemukan adalah:

- Kurangnya kesadaran penonton tentang penerapan etika dan norma-norma perilaku yang berlaku dalam konser K-pop.
- Tersedianya media informasi mengenai peraturan konser K-Pop namun tidak ditaati penonton karena ingin melihat idola dalam jangkauannya dan mendapatkan perhatian idola.
- Keamanan yang terancam akibat beberapa tindakan pelanggaran etika seperti kekerasan fisik dan dorong-dorongan menyebabkan beberapa penonton pingsan.

Oleh karena itu, rumusan masalah yang dapat disimpulkan dari masalah di atas adalah bagaimana perancangan kampanye sosial etika saat menonton konser K-Pop bagi usia 15-24 tahun?

## 1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah yang akan ditetapkan oleh penulis untuk merancang kampanye sosial etika saat menonton konser K-Pop di Indonesia:

### 1. Demografis:

#### a. Jenis Kelamin: Perempuan dan laki-laki

Berdasarkan artikel IDN TIMES, penggemar K-Pop sebanyak 92,1% adalah perempuan (Triadanti, 2019). Namun, tidak menutup kemungkinan laki-laki juga dapat menjadi pelaku pelanggaran etika dalam konser K-Pop. Contohnya pelanggaran etika *Golden Disc Awards 2024* di Jakarta adalah *fansite* laki-laki (Febriyanti, 2024).

#### b. Usia: 15-24 tahun

Dari artikel IDN TIMES, penggemar K-Pop yaitu remaja yang masih berusia 15-20 tahun sebanyak 38,1% dan 20-25 tahun sebesar 40,7% (Triadanti, 2019). Selain itu

berdasarkan Gen Z Report 2024 oleh IDN Times, usia 16-26 tahun sebanyak 56% sering menghadiri konser *live* dibandingkan acara-acara lainnya (Priwiratu, 2023). Berdasarkan kategori dari WHO, target dari perancangan ini adalah dewasa muda berusia 15-24 tahun.

- c. Pendidikan: SMA, S1
- d. Pekerjaan: Pelajar, Mahasiswa, Karyawan
- e. Status Sosial: SES A1-B

Menurut penelusuran Tim CNBC, pengeluaran penonton konser K-Pop mulai dari Rp 2.000.000, 00 hingga Rp 7.000.000, 00 (Akbar, 2023). Maka status sosial dari target perancangan ini yang juga merupakan target dari promotor adalah SES A1-B yang memiliki pemasukan Rp 2.800.000, 00 hingga lebih dari Rp 11.000.000, 00 (Wahab, 2020). Alasannya adalah dikarenakan pelanggaran etika sering terjadi di kategori berdiri dimana harga tiket konser untuk kategori berdiri umumnya berkisaran > Rp 3.000.000, 00. Contohnya adalah konser NCT 127 di ICE BSD dimana di kategori berdirinya terjadi pagar yang roboh juga 30 penonton yang pingsan akibat dari penonton yang mendorong-dorongan (CNN Indonesia, 2022).

## 2. Geografis:

- a. Negara: Indonesia
- b. Kota: Kota di Pulau Jawa.

Berdasarkan infografis yang dimuat IDN TIMES, penggemar K-Pop masih terkonsentrasi di Pulau Jawa dengan total 76,7% (Triadanti, 2019).

## 3. Psikografis:

Penggemar K-Pop yang suka menonton konser K-Pop dan memiliki dedikasi yang tinggi untuk berbuat sesuka hatinya demi melihat idolanya dalam jangkauan, egois, dan tidak memedulikan

kenyamanan orang lain (Cahyo, 2020). Selain itu, penggemar K-Pop yang menggunakan media sosial untuk mencari berita dan berinteraksi dengan sesama penggemar. Menurut survei KataData Insight Center, media sosial yang paling banyak digunakan oleh penggemar K-Pop adalah Instagram dan Twitter (Ahdiat, 2022).

#### **1.4 Tujuan Tugas Akhir**

Dalam penyusunan tugas akhir ini, penulis memiliki beberapa tujuan untuk merancang kampanye sosial etika saat menonton konser K-Pop di Indonesia bagi usia 15-24 tahun.

#### **1.5 Manfaat Tugas Akhir**

Dalam perancangan tugas akhir ini, penulis memastikan bahwa hasil dai tugas akhir ini bisa membawa manfaat bagi pembacanya. Manfaat dari perancangan tugas akhir ini dibagi menjadi tiga bagian yaitu:

##### **1.5.1. Manfaat Bagi Penulis**

Penulis memperluas wawasan terkait perilaku penonton konser K-Pop serta etika dalam menonton konser K-Pop di Indonesia. Selain itu, penulis juga menerapkan ilmu yang pernah dipelajari di perkuliahan lewat proses-proses perancangan, serta memperluas wawasan penulis.

##### **1.5.2 Manfaat Bagi Orang Lain**

Penulis dapat menambah pemahaman penggemar K-Pop yang berusia 15-24 tahun mengenai etika-etika selama menonton konser K-Pop sehingga konser menjadi pengalaman yang menyenangkan bagi yang menontonnya.

##### **1.5.3. Manfaat Bagi Universitas**

Tugas akhir ini dapat menjadi wawasan, referensi, serta panduan dalam proses penelitian perancangan yang memiliki topik serupa.