

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Meluasnya budaya pop Korea telah menjadi fenomena internasional yang terjadi hampir di seluruh dunia. Demam Korea yang meluas ini tentunya mencakup film, drama, musik, fashion dan lainnya yang menyebar sehingga populer hingga manca negara (Won-jun, 2015). Di penghujung tahun 2000-an, K-pop atau musik populer Korea berhasil menarik minat masyarakat terutama anak muda di seluruh dunia melalui grup - grup idola muda yang telah dipersiapkan untuk menghibur dan memberikan penampilan musik yang menarik diatas panggung dengan berbagai jenis koreografi dan tatanan posisi dan jumlah anggota grup yang memiliki visual menarik minat orang banyak pada awal kemunculannya (Rina, 2021).

Media sosial Twitter terpilih menjadi salah satu media tempat bersosialisasi para penggemar K-pop atau bisa disebut penggemar K-pop karena Twitter merupakan media sosial yang fleksibel dan bersifat interaktif. Karakteristik Twitter adalah jumlah karakter yang disediakan hanya 140 kata dan sekarang sudah terjadi perubahan sehingga menyebabkan penambahan penulisan kata menjadi 250 kata dengan kelebihan maksimal 20 kata, sehingga pesan yang dibagikan padat jelas dan langsung pada tujuan pesan yang ingin diunggah dilaman Twitter tersebut. Twitter juga bisa diakses melalui *smartphone*, laptop, dan komputer. (Azeharie, 2014)

Twitter memiliki fitur khas, yaitu *Trending* topik dimana fitur inilah yang dimanfaatkan oleh penggemar K-pop untuk membuat sebuah tagar yang biasanya berhubungan dengan idolanya dan dijadikan *Trending Topic World Wide* (TTWW) atau bisa juga *trending* topik pada negara-negara tertentu dan salah satunya adalah Indonesia yang langganan mendapatkan *trending* topik K-pop paling banyak. (Fauziah & Kusumawati, 2021).

Tagar (#) merupakan salah satu parameter yang digunakan untuk mengetahui topik yang sedang hangat dibicarakan pada media sosial. Ada banyak topik yang dibahas di Twitter dimana beberapa topik mungkin mendapatkan banyak perhatian dan beberapa lainnya tidak. Beberapa topik yang mendapatkan banyak perhatian

dapat dikategorikan sebagai topik yang sedang hangat atau *trending*. Untuk mengetahui apakah suatu topik sedang hangat dapat dilakukan dengan didasarkan pada frekuensi penyebutan (Zhang, 2022).

Berdasarkan data yang dilansir oleh Herita (2022) dilaman gensindo. K-pop sangat sering menguasai perbincangan di Twitter dengan menjadi *trending* topik, menjadi tema populer di media tersebut. Data Twitter pada 2021 menunjukkan bahwa topik terkait K-pop tercatat rekor global sebanyak 7,8 miliar percakapan. Ini memecahkan catatan tahun 2020 sebanyak 6,7 miliar cuitan, yang artinya naik sebanyak 16%. Adapun menurut *GetDayTrends*, ada beberapa nama grup dan idol K-pop yang menguasai percakapan tersebut sepanjang setahun terakhir (September 2021-September 2022). Salah satu tagar idol K-pop Generasi 4 yang memiliki tingkat presentasi *trending* topik paling sering di cuit pada Twitter adalah grup *STRAYKIDS* sebanyak 1,9 M cuitan.

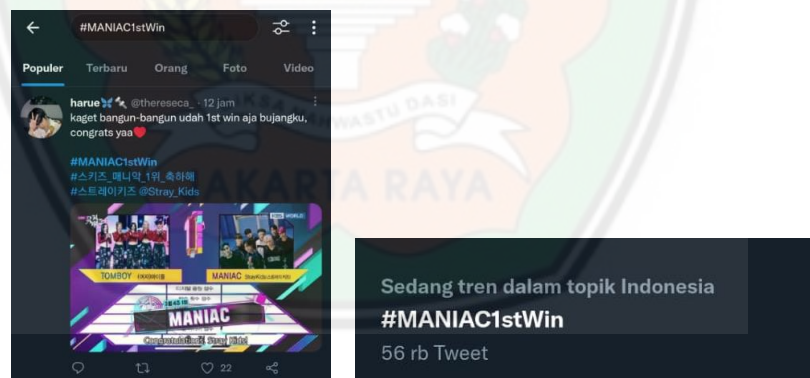
Dalam media sosial terutama pada Twitter penggemar menaikkan tagar sehingga *trending* topik sebagai bentuk budaya partisipatif penggemar sekaligus bentuk kerja gratis yang dilakukan oleh penggemar kepada idol grup K-pop generasi 4. Pada hal ini tagar yang dinaikkann oleh penggemar akan masuk dalam *trending* topik harian twitter. Dimana pengguna twitter yang bukan penggemar K-pop generasi 4 akan banyak yang melihat tagar yang masuk dalam jejeran *trending* topik. Semakin banyak pengguna Twitter yang melihat tagar yang masuk dalam daftar *trending* topik harian maka semakin cepat dan meningkat posisi tagar menjadi *trending* topik di Twitter .

Penulis telah melakukan pra riset selama 3 hari berturut-turut yang berkaitan dengan partisipasi penggemar dalam aktifitas *trending*. Pada hari pertama tepatnya tanggal 25 Maret 2022 penulis melakukan pra riset *trending* topik tagar. Tepat tanggal 25 Maret diperingati sebagai hari jadi debut grup *STRAYKIDS* (SKZ) maka penggemar grup ini atau bisa disebut dengan sebutan *Stay*. Setiap tanggal 25 Maret akan menaikkan tagar yang berkaitan dengan hari debut *STRAYKIDS*, 2 tagar yang dicuit terkait SKZ dibuat dengan Bahasa Inggris ([#BlessingsWait4SKZ](#)) dan Bahasa Korea ([#스키즈와\\_발맞춰걷는\\_4번째길](#)) (lihat gambar 1.1).



Gambar 1.1 tagar terkait musik K-pop yang sedang trending topik

Pada tanggal 26 Maret 2022 penulis melakukan pra riset kembali. Pada hari ini Penulis melakukan pra riset tentang *trending* topik terkait grup *STRAYKIDS* (SKZ) kembali mendapatkan kemenangan pertama pada *comeback* yang berjudul *Maniac* (lihat pada gambar 1.2). Pada hal ini bentuk partisipasi yang ditunjukkan oleh penggemar SKZ adalah dengan menunjukkan apresiasi mereka kepada grup karena sudah bekerja keras selama mempersiapkan dan menampilkan penampilan yang baik pada *comeback* lagu *Maniac*.



Gambar 1.2 topik tagar yang sedang trending di Indonesia

Pada hari ketiga pra riset pada 27 Maret 2022 (lihat pada gambar 1.3) merupakan contoh dari *trending* tagar yang dibuat oleh penggemar K-pop generasi 4 yang menyukai grup *Treasure* terkait kegiatan yang dilakukan oleh salah satu anggota grup ini. Pada kegiatan ini anggota grup *Treasure* telah menyelesaikan jadwal pribadinya sebagai pembawa acara (mc) acara musik (Inkigayo). Untuk memeriahkan kegiatan berakhirnya jadwal pribadi anggota tersebut maka

penggemar *Treasure* (*Treasure Maker/ Teume*) menaikkan tagar *#FarewellSundayFairiesNiNiNi*.



*Gambar 1.3 bentuk tagar populer terkait K-pop*

Dari hasil pra riset yang dilakukan oleh penulis, dapat terlihat bahwa tagar dipakai oleh penggemar K-pop Generasi 4 sebagai bentuk apresiasi penggemar terhadap kerja keras grup maupun kegiatan perindividu K-pop Generasi ke 4. Dimana pada hal ini tagar yang dicuitkan masuk dalam posisi *trending* topik harian dan sekaligus bisa meningkatkan *branding* grup K-pop generasi ke 4 mereka sehingga terwujudnya budaya partisipasi dalam proses *trending* topik tagar oleh penggemar K-pop generasi ke 4.

Salah satu penelitian terkait partisipasi penggemar yang dilakukan oleh Asfira Racham Rinata, dkk pada tahun 2021. Menghasilkan bahwa budaya partisipasi penggemar Kurt Cobain membentuk minat, sikap, motivasi dan eksistensi tersendiri dalam budaya partisipasi mereka. Selain itu terbentuk juga motivasi fanatisme seperti dibuatnya event hingga kaos yang diproduksi sendiri terhadap musisi Kurt Cobain.

Pada penelitian ini, penulis berfokus pada terbentuknya partisipasi dan interaksi yang dilakukan oleh penggemar sehingga menciptakan suatu kebiasaan dan ciri khas baru dalam berinteraksi di media sosial twitter. Dimana para penggemar secara bersamaan menaikkan tagar terkait idol K-pop generasi 4 sehingga masuk dalam deretan *trending* topik harian di media sosial Twitter.

K-pop generasi ke 4 baru saja memulai karir didunia musik K-pop sehingga penggemar dari generasi ini masih sangat aktif mencari *branding* terhadap grup sehingga grup ini nantinya bisa dikenal banyak orang dan memiliki banyak penggemar. K-pop generasi ke 4 dimulai sejak awal tahun 2018 hingga sekarang. Salah satu bentuk interaksi yang tercipta adalah jika salah satu individu dari grup K-pop generasi ke 4 ini maka penggemar akan gencar mencari informasinya dan

juga akan gencar untuk selalu mencuit pada akun masing-masing namun tetap mencantumkan tagar yang berkaitan dengan idol grup tersebut.

Interaksi yang terjadi oleh para penggemar di media sosial Twitter terkait grup maupun individu K-pop generasi ke 4 inilah yang menciptakan budaya partisipatif. Posisi penggemar yang di menaikkan tagar lewat akun pribadi penggemar sehingga menghasilkan *trending* topik kepada media sosial Twitter melalui tagar. Semakin sering tagar dilihat oleh pengguna twitter maka semakin meningkat tagar tersebut masuk dalam daftar *trending* topik harian di media sosial Twitter.

Secara nyata penggemar K-pop melakukan budaya partisipatif terhadap K-pop generasi ke 4 di media sosial twitter. Budaya Partisipatif yang dilakukan oleh penggemar K-pop generasi 4 dimulai dengan tergabung fandom grup. Lalu saat penggemar membuat tagar dengan tema ulangtahun, apresiasi, comeback dan kegiatan grup. Tagar dengan tema-tema tersebut kemudian dipakai oleh penggemar dalam waktu bersamaan sehingga trending topik. Tidak hanya mencuit dalam akun pribadi menggunakan tagar, dengan melakukan retweet dan like juga sebagai budaya partisipasi penggemar dalam menanggapi konten yang menggunakan tagar oleh sesama penggemar.

Berdasarkan latar belakang diatas dapat diidentifikasi bahwa masalah dari penelitian ini adalah bagaimana bentuk budaya partisipatif yang dilakukan oleh penggemar melalui tagar sehingga masuk dalam deretan *trending* topik harian di media sosial Twitter.

### **1.1 Fokus Penelitian**

Penulis memfokuskan penelitian ini terkait interaksi budaya partisipasi yang dilakukan oleh penggemar K-pop generasi 4 dalam *trending* topik di media sosial Twitter.

### **1.2 Pertanyaan Penelitian**

Bagaimana bentuk budaya partisipasi penggemar dalam aktifitas *trending* topik twitter?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui bentuk budaya partisipasi yang dilakukan penggemar dalam aktifitas *trending* topik Twitter

### **1.4 Manfaat Penelitian**

#### **1.4.1 Manfaat Praktik**

Penulis berharap penelitian ini dapat berguna sebagai bentuk interaksi penggemar Kpop generasi 4 dalam menggunakan tagar sehingga menjadi *trending* topik harian di media sosial twitter.

#### **1.4.2 Manfaat Akademis**

Penulis berharap penelitian ini dapat berguna sebagai sumbangsih penelitian tentang pemanfaat tagar dalam aktifitas *trending* topik di media sosial Twitter yang dilakukan oleh penggemar K-pop generasi ke 4. Penulis juga berharap penelitian ini dapat menjadi referensi tambahan terhadap mata kuliah kajian Media sosial.

