

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Fandom adalah singkatan dari fans kingdom (kerajaan penggemar). Fandom adalah istilah yang diberikan untuk komunitas yang di mana orang-orang yang menikmati teks tertentu atau topik tertentu dapat bertemu dan berkomunikasi dengan orang lain yang memiliki minat yang sama (Gray, 2007). Sederhananya, fandom adalah komunitas yang didasarkan pada sebuah kesamaan antar individu yang tidak intens bahkan tidak saling mengenal satu sama lain (Sumunarsih, 2020). Fandom adalah bentuk dunia baru bagi para penggemar. Dunia fandom dapat berskala *religious* hingga internasional, tergantung pada seberapa banyak mereka mengidolakan seseorang atau grup dan seberapa besar mereka memberikan pengaruh penggemarnya.

Fandom muncul sebagai sarana berinteraksi dengan penggemar lainnya. Penggemar yang tergabung di fandom dapat berbagi pemikiran dan ide tentang apa yang mereka sukai. Penggemar adalah seseorang yang menggemari sesuatu dengan antusias dan secara kolektif kelompok penggemar akan membentuk kelompok penggemar (*fanbase*) atau fandom. Fandom digunakan oleh penggemar untuk mencari informasi tentang idola mereka dan juga sebagai tempat berkomunikasi dengan kelompok dengan minat yang sama (Mihardja & Paramita, 2019).

Peran aktif dan kreatif fandom tercermin dalam berbagai bentuk produktivitas. Ada yang membuat *fanfiction* dengan idolanya, ada juga yang membuat fan art dengan menerjemahkan gambar idolanya ke dalam bentuk produktivitas lainnya. Fenomena budaya korea pop, atau sering disebut sebagai Korean Wave saat ini tengah merajai dunia. Budaya pop Korea atau sering disebut dengan Korean Wave digunakan untuk menggambarkan budaya pop Korea yang semakin meningkat. Fenomena ini juga dikenal dengan istilah *Hallyu*, yaitu serbuan budaya populer Korea yang menyerang berbagai negara salah satunya di Asia seperti China, Jepang, Malaysia, Vietnam,

Filipina, Thailand dan Indonesia. Serangan ini ditandai dengan populernya grup musik, fashion dan drama yang semuanya khas Korea.

Korean pop, biasa disebut dengan K-Pop merupakan salah satu produk Hallyu yang digunakan untuk mendeskripsikan berbagai genre musik termasuk, pop, rock, R&B, hip-hop, atau kombinasi genre-genre musik yang ada, sehingga menciptakan fenomena baru yang membentuk sebuah komunitas yang anggotanya memiliki minat yang sama terhadap budaya Korea. Kuatnya pengaruh Korean Wave di Indonesia salah satunya terlihat dari menjamurnya kelompok-kelompok penggemar K-Pop di Indonesia.

Salah satunya dari kelompok penggemar NCT membentuk fandom dengan sebutan NCTzen. Di Indonesia, salah satu bentuk produktivitas yang dilakukan NCTzen dengan mengadakan penggalangan dana dalam rangka perayaan ulang tahun salah satu member NCT, Na Jaemin. Na Jaemin adalah seorang penyanyi idola dan aktor Korea Selatan yang berada di bawah kontrak SM Entertainment. NCTzen di Indonesia memberikan inovasi dalam perayaan ulang tahun idol yang biasanya dilakukan dengan *birthday event* atau *fan gathering*, mereka lebih memilih untuk melakukan penggalangan dana.

Kehadiran teknologi membuat penggalangan dana menjadi lebih mudah dan memiliki jangkauan yang lebih luas, penggalangan dana terbukti lebih efektif dan mendapatkan dukungan yang luar biasa. Penggalangan dana online, atau yang biasa disebut juga sebagai *crowdfunding*. *Crowdfunding* adalah pengumpulan sumber daya keuangan dari banyak individu untuk mengubah ide menjadi proyek atau bisnis. *Crowdfunding* memungkinkan siapa saja untuk menggunakan Internet untuk mengukur nilai ide orang dan menggunakan reputasi online dan penilaian dan pengalaman mereka sendiri untuk membuat keputusan sendiri tentang ide peluang terbaik untuk sukses (Dresner, 2014). Berbeda dengan *fundraising* yang tetap kegiatan utamanya adalah penggalangan dana namun dalam lingkungan yang terbatas dan biasanya tanpa penggunaan teknologi. Para *fundraiser* (pengumpul dana) terbatas pada mereka yang biasanya satu kantor, satu komunitas atau

masyarakat tertentu yang biasanya sudah saling mengenal. Cara yang digunakan biasanya juga dengan konvensional seperti mulut ke mulut yang sarannya dengan menggunakan amplop atau kantung dan dikelola oleh orang yang bertanggung jawab. *Crowdfunding* sebenarnya bukan produk baru karena istilahnya masih berupa istilah “*joint venture*” atau “turunan”. Namun, yang membedakannya dari penggalangan dana tradisional karena *crowdfunding* menggunakan teknologi (Nindyatmoko, n.d.).

Biasanya yang memulai penggalangan dana kebanyakan adalah seorang public figure dan mengajak masyarakat untuk membantu menggalang dana bagi yang membutuhkan. Hal ini menjadi salah satu perhatian komunitas yang mengatasnamakan penggemar K-Pop. Tujuan para penggemar K-Pop tidak hanya untuk penggalangan dana, namun mereka juga ingin mengubah citra penggemar K-Pop yang dianggap buruk. Adapun pula aktivitas yang dilakukan fans dalam hal konsumtif adalah membeli album K-Pop, menonton konser K-Pop, mengunduh video performance, MV, lagu, *variety show*, *spazzing Twitter / fangirling* (update berita Kpop), *blog walking*, dan membeli *merchandise*.

Selain melakukan hal – hal tersebut, para penggemar juga membuat video cover yang diunggah ke Youtube. Para penggemar K-Pop Indonesia sering dikatakan sibuk dengan dunianya sendiri, apatis dan hanya peduli pada idolanya. Penggemar K-Pop juga dianggap konsumtif karena sering menghabiskan uang untuk membeli tiket konser, album, merchandise maupun brand yang berhubungan dengan idolanya. Adanya opini publik yang negatif membuat para penggemar K-Pop dari berbagai fandom mengadakan kegiatan sosial atau penggalangan dana dengan mengatasnamakan K-Pop atau nama fandom mereka masing – masing. Kegiatan penggemar K-Pop tidak hanya dikaitkan dengan hal yang glamour atau hedonisme. Ada banyak fans yang memilih untuk mendukung idola mereka dengan melakukan kegiatan sosial, salah satunya seperti donasi yang dilakukan para penggemar untuk mengumpulkan dana dengan cara memperjualkan merchandise dan open donasi yang akan disalurkan.

Penggalangan dana biasanya dilakukan melalui media sosial, salah satunya Twitter. Twitter adalah jaringan informasi real-time yang menghubungkan pengguna dengan cerita, ide, pendapat dan berita terbaru tentang apa saja yang dianggap menarik oleh banyak orang. Twitter adalah jejaring sosial dan layanan microblogging yang memungkinkan pengguna untuk mengirim dan membaca pesan yang disebut tweet. Twitter adalah situs web microblogging yang memberikan fasilitas bagi pengguna untuk mengirimkan sebuah pesan teks dengan panjang maksimal 140 karakter melalui SMS, pengirim pesan instan, surat elektronik (Anugratami et al., 2014).

Salah satu hal yang menarik perhatian peneliti adalah akun penggemar dari salah satu anggota boyband NCT yaitu Na Jaemin Project Indonesia. Akun Twitter Jaeminnesia merupakan Salah satu akun penggemar yang berfokus pada hal-hal yang terkait dengan kegiatan dari proyek amal yang dilakukan. Akun Jaeminnesia ini dibuat pada Desember 2020 dan telah memiliki pengikut Sebanyak 10.000 pengguna dan mengikuti sebanyak 50 orang Pengguna. Dengan total 8.888 tweet menunjukkan indikasi bahwa didalam fanbase tersebut ada interaksi antar penggemar. Dalam fanbase Jaeminnesia, mereka sering berbagi ke sesama penggemar mengenai proyek amal dengan cara men-tweet dan membuat thread tentang proyek yang akan dilakukan dan juga bagaimana cara agar bergabung dalam proyek amal tersebut, salah satunya dengan cara membeli merchandise yang disediakan oleh admin atau dengan cara memberikan donasi tanpa membeli merchandise yang disediakan.





**Gambar 1.1 Tampilan Pada Profil Akun jaeminnesia**

Tujuan para penggemar K-Pop mengadakan dan mengajak followers mereka untuk berpartisipasi dalam penggalangan dana untuk membuktikan pada masyarakat bahwa K-Popers tidak seperti yang digambarkan masyarakat dalam hal negatif, tetapi juga melakukan kegiatan hal-hal positif, salah satunya dengan membantu mereka yang membutuhkan. Ada beberapa akun fandom NCTzen dan Akun fandom lain yang seringkali mengadakan kegiatan donasi melalui media sosial, seperti: @forNCT\_DREAM Menerima donasi dan memberikan donasi kepada Indonesia NCTzen untuk membeli lagu dan album terbaru NCT, @nctunion\_ina Portal Info donasi untuk NCTzen Indonesia, membantu mempublikasikan mengenai kegiatan donasi NCTzen lain (individual), @XbackINA dan @ohsehun.vid adalah akun dari fandom EXOL Indonesia yang melakukan crowdfunding atau penggalangan dana namun sudah tidak mulai aktif, dan @jaeminnesia Salah satu akun yang menarik perhatian peneliti karena selalu mengadakan kegiatan yang membantu masyarakat dengan melakukan penggalangan dana.

Tabel 1.1: Perbandingan Akun Twitter Fandom NCTzen dan Fandom Lain

Akun fandom & perbandingan	XbackINA	Jaeminnesia	nctunion_ina
Jenis konten	Membuat proyek donasi dengan atas nama zhang Yixing.	Membuat proyek donasi dengan atas nama Na Jaemin	Portal info donasi untuk NCTzen Indonesia, membantu mempublikasikan mengenai kegiatan donasi NCTzen lain (individual)
Project yang dilakukan	Gempa Cianjur, birthday project	Donasi sosial, donasi cianjur, birthday donation, monthly donation (kepada yayasan Sayap Ibu)	Tidak melakukan donasi sendiri hanya sebagai portal info donasi

Salah satu akun yang menarik perhatian peneliti karena selalu mengadakan kegiatan yang membantu masyarakat dengan melakukan open donation adalah akun Twitter Jaeminnesia. Kegiatan yang dilakukan oleh akun Jaeminnesia sangat menarik karena mereka melaksanakan *crowdfunding* jenis *donation based*, yang berarti *crowdfunding* ini dimanfaatkan untuk program yang bersifat tidak mencari keuntungan (non-profit), dengan inisiatif amal dan sosial. Dalam melakukan *crowdfunding* ini para donatur tidak mengharap profit.

Selain kegiatan donasi sosial, *birthday donation*, jaeminnesia juga melakukan kegiatan *monthly donation* yang dilaksanakan di setiap bulannya. Prinsip pelaksanaan *crowdfunding* yang dilakukan oleh jaeminnesia sendiri tentunya tidak akan bisa berjalan dengan lancar apabila tidak adanya kepercayaan donatur. Pada dasarnya

kegiatan *crowdfunding* sangat memerlukan adanya kepercayaan (*trust*) yang dimiliki donatur dalam berdonasi karena merupakan salah satu implikasi dari kepercayaan seseorang atau kelompok dalam memilih dan memutuskan suatu aktivitas sebagai tempat yang baik. Rasa solidaritas dan kepercayaan itu sendiri selalu diusahakan oleh admin Jaeminnesia dengan menerapkan prinsip transparansi baik terkait tujuan donasi maupun melakukan update secara berkala terkait total donasi yang sudah terkumpul setiap harinya dan melampirkan bukti transaksi penyaluran dana. Jaeminnesia juga seringkali mengunggah proyek yang akan dilakukan di Twitter terlebih dahulu karena Twitter bisa menjangkau secara lebih luas. Berdasarkan kegiatan pra-riset yang dilakukan oleh peneliti kepada donatur rutin Jaeminnesia, diketahui bahwa sebagian besar dari donatur mengetahui Jaeminnesia serta proyek yang mereka buat dari Twitter.

Oleh karena beberapa alasan tersebut membuat peneliti sangat tertarik untuk mengeksplorasi lebih lanjut terhadap aktivitas yang dilakukan akun jaeminnesia dalam *project crowdfunding* mereka sehingga dapat mendorong partisipasi followers akun mereka untuk berdonasi terutama karena akun mereka masih baru. Penelitian ini kemudian akan memfokuskan pembahasan mengenai aktivitas *crowdfunding* yang dilakukan pada akun Jaeminnesia.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan dengan fenomena yang sudah dijelaskan, dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini, yaitu “Mengetahui Aktivitas Crowdfunding melalui Media Sosial Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun Twitter @Jaeminnesia”.

## **1.3 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan uraian tersebut, maka munculah sebuah pertanyaan dalam penelitian ini, yaitu “Bagaimana Aktivitas Crowdfunding melalui Media Sosial yang dilakukan pada Akun Twitter @Jaeminnesia?”

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan dari permasalahan yang sudah dijabarkan, maka secara umum tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui aktivitas crowdfunding yang terjadi melalui Media Sosial pada Akun Twitter @Jaeminnesia.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

### **1.5.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau masukan bagi perkembangan ilmu komunikasi dan menambah kajian ilmu komunikasi untuk mengetahui bagaimana aktivitas *crowdfunding* yang terjadi di media sosial.

### **1.5.2 Manfaat Praktis**

#### **a. Bagi Pengelola Akun Twitter @Jaeminnesia**

penelitian ini diharapkan dapat menjadi evaluasi dalam kelanjutan penerapan *crowdfunding* dalam media sosial Twitter oleh akun @Jaeminnesia dalam mendorong partisipasi donatur.

#### **b. Bagi Masyarakat**

Selain bagi pengelola akun, penelitian ini diharapkan dapat membantu masyarakat untuk mengembangkan pengetahuan khususnya mengenai aktivitas *crowdfunding* melalui media sosial juga dapat memahami sistem penggalangan dana yang lebih praktis di era baru, serta wadah untuk beramal.