

BAB I

PEBDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Budaya *Korean wave* merupakan bentuk budaya pop yang saat ini sedang marak diminati oleh remaja di seluruh penjuru dunia. Menurut Ismail (2020: 2) *korean wave* merupakan budaya yang mengacu pada popularitas dari industri-industri yang ada di Korea Selatan yang menawarkan hiburan mencakup pada musik pop (*K-pop*), drama (*K-Drama*), film, *fashion*, dan sebagainya. Istilah *Korean Wave* merupakan tersebarnya gelombang budaya pop Korea secara global. Sedangkan Joke Hermes (dalam Ida, 2017: 5) menyatakan bahwa, budaya populer merupakan kesenian secara umum, setiap individu akan memilih bentuk dan tipe genre yang disukai dari budaya populer.

Salah satu bentuk promosi yang dilakukan industri-industri hiburan yaitu merilis musik video di platform Youtube, promosi di *music show* Korea Selatan serta promosi dengan membuat konten di berbagai sosial media. Akan tetapi kesuksesan *K-pop* tidak lepas dari kerja keras para penggemar. Menurut Jenkins (dalam Rusmana, 2019: 102) menyatakan bahwa penggemar merupakan individu yang memiliki obsesi terhadap musik, film dll. Bukti nyata dari partisipasi aktif pada teks budaya populer yang dikonsumsi adalah kreatifitas simbolik.

Adanya peningkatan popularitas *Korean Wave* terutama pada *Korean pop* (K-Pop) karena produk-produk hiburan yang ditawarkan menarik atensi penggemar, maka akan memicu orang-orang dengan kesamaan dan tujuan yang sama untuk membentuk suatu komunitas yang berawal dari loyalitas dan kecintaan penggemar maka terbentuklah suatu komunitas yang disebut *fandom*. (Cesara & Putri, 2020: 2) *fandom* merupakan sekelompok penggemar atau *fans*, *fandom* berarti istilah untuk merujuk pada subkultur, pelbagai hal dan pelbagai yang berkaitan dengan penggemar dan apa yang digemari. Menurut Lastriani (2018: 89) *fan war* merupakan perilaku membenci dan mencibir idola sehingga menimbulkan peperangan antar *fans*.

Adanya *fan war* yang terjadi karena terdapat perdebatan secara verbal di media sosial sebagai bentuk dari validasi atas kepopuleran dari *group* tersebut. Penggemar terus berargumentasi tentang *fandom* yang mereka gemari lebih unggul dari *fandom* lainnya, *fan war* yang terjadi merupakan bentuk penyimpangan dari perilaku penggemar sebagai suatu dampak negatif dari fanatisme penggemar.

NCT 127 merupakan *boygroup* besutan dari agensi SM Entertainment yang melakukan *comeback* pada 17 September 2021 dengan judul lagu *Sticker*, tetapi *comeback* tersebut menarik atensi bagi penggemarnya yang dijuluki NCTzen karena penjualan album yang fantastis, namun setelah lagu tersebut rilis terjadi *Fan war*. Banyaknya *hate speech* yang dilontarkan berasal dari beberapa oknum dari *fandom* lain maupun *fandom* NCTzen. Banyaknya cuitan-cuitan melalui akun

pribadi maupun anon seperti *base* di twitter. Salah satu contoh *hate speech* dari akun "@YoDausIn "Seaneh-anehnya lagu kpop, lebih aneh lagi Sticker sih asli", dan masih banyak lagi. Namun saat NCT 127 memenangkan penghargaan Daesang kategori *Album of the years* dan *trending* twitter dengan *hashtag* #Sticker_Daesang #Sticker_AlbumOfTheYear ternyata lebih banyak kritikan-kritikan pedas dari *netizen* terhadap lagu *Sticker*. Berikut *hate speech* dari para penggemar yang ada di *platform* twitter.



Gambar 1. Tangkapan Layar Hate Speech di twitter

Berbagai kritikan yang dilontarkan penggemar *k-pop* tetap berlangsung di *platform* twitter, saat NCT 127 kembali memenangkan penghargaan Daesang. Dilansir dari Kompas.com bahwa *boygroup* NCT 127 berhasil memenangkan penghargaan *bonsang* dan *daesang* pertama kalinya di *Seoul Music Award* pada 23 Januari 2022. *Bonsang* merupakan penghargaan tertinggi dibawah *Daesang*. Sedangkan *daesang* merupakan penghargaan paling tinggi di *Seoul Music Awards*.

Setelah diumumkan pemenang dari penghargaan tertinggi tersebut, terjadi *fan war* di media sosial twitter

Berdasarkan produktivitas penggemar dalam mendukung lagu *Sticker*, sehingga lagu tersebut memiliki banyak prestasi meskipun mendapat diskriminasi dari penggemar lain. Dilansir *website* resmi SM Entertainment bahwa NCT 127 mampu memenangkan 10 trofi kemenangan di *music show* dengan album *Sticker* bahkan kemenangan tersebut *trending* dengan tagar #Sticker10thwin, serta penjualan album NCT 127 mencapai 2.4 juta eksamplar dalam kurun waktu satu minggu. Berdasarkan pencapaian album ke-3 NCT 127 tersebut. Namun tidak hanya itu menurut *hanteo news* NCT 127 menjadi *Album Full-length* ke-3 dengan *chart* global posisi pertama dalam tangga lagu global bulanan. Merupakan sebuah respon dari penggemar untuk mendukung idolanya dengan perilaku-perilaku verbal dan nonverbal.

Penggemar yang menjadi *audiens* pada *music video sticker* tentunya menimbulkan reaksi berupa perilaku negatif maupun perilaku positif sebagai suatu respon, sehingga NCT 127 mendapatkan pencapaian yang luar biasa. Adapun perilaku komunikasi verbal dan nonverbal dari menonton *music video Sticker* tersebut. Perilaku komunikasi verbal dan nonverbal dari penggemar merupakan produktivitas NCTzen untuk mendukung apa yang mereka gemari. Sedangkan sikap diskriminasi dari para penggemar yang menimbulkan perilaku agresi terhadap *fan war* yang terjadi pada media sosial. Perilaku-perilaku yang terbentuk terjadi dengan sendirinya karena berkaitan dengan objek tertentu, *korean wave* pada penggemar

dapat membentuk perilaku baru maupaun mengubah perilaku. Akan tetapi perubahan perilaku atau terbentuknya perilaku baru memiliki faktor lain seperti pribadi setiap individu dalam menyeleksi minat perhatian dan pilihannya sendiri untuk mengolah dan menerima setiap pengaruh dari budaya tersebut (Rusmana, 2019: 195).

Berdasarkan fenomena produk *korean wave* yang diminati secara global tentunya akan menciptakan berbagai respon dari para penggemar, seperti adanya berbagai perilaku-perilaku yang dihasilkan sebagai *audiens* musik video *Sticker* NCT 127. Berdasarkan perilaku yang ditunjukkan dapat disimpulkan bahwa terdapat berbagai dampak yang ditimbulkan dari munculnya *K-pop* baik dampak negatif maupun dampak positif. Fenomena ini menjadi dasar penelitian dengan judul “Perilaku Komunikasi *Audiens* Musik Video *Sticker* NCT 127 (Studi Fenomenologi Perilaku Komunikasi Pada Komunitas NCTzen Yogyakarta)”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan dari latar belakang, maka dapat dirumuskan bahwa masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana perilaku komunikasi NCTzen sebagai *audiens* saat menonton *music video sticker* NCT 127.
2. Bagaimana perilaku agresi dan penggunaan media yang ditunjukkan para penggemar saat menonton *music video sticker* NCT 127.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah dibuat, dapat diuraikan tujuan penelitian, yaitu:

1. Dapat mengetahui perilaku komunikasi verbal, nonverbal dan penggunaan media penggemar yang dialami sebagai *audiens* musik video *sticker*.
2. Dapat mengetahui perilaku agresi dan penggunaan media sebagai reaksi NCTzen setelah menonton *music video sticker*.

1.4 Manfaat Penelitian

Adanya penelitian yang dilakukan oleh peneliti diharapkan bisa memberikan manfaat bagi beberapa pihak diantaranya:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Mahasiswa dapat mendapatkan ilmu dan pengetahuan yang belum pernah didapatkan di bangku perkuliahan secara langsung.
 - b. Mahasiswa dapat mengimplementasikan teori dan ilmu pengetahuan yang didapatkan selama menempuh proses belajar di bangku kuliah di lapangan dan membandingkannya secara langsung.
 - c. Mahasiswa mendapatkan wawasan dan pengalaman tentang objek kajian.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi Peneliti

Penelitian yang berjudul “Perilaku Komunikasi *Audiens* Musik Video *Sticker* Nct 127 (Studi Fenomenologi Perilaku Komunikasi Pada

Komunitas Nctzen Yogyakarta)". Peneliti berharap agar hasil dari skripsi ini dapat memberikan pemahaman tentang dampak negatif dan dampak positif dari perilaku dan komunikasi sebagai reaksi dari produk yang ditawarkan dalam budaya populer serta pembaca dapat mengetahui perilaku-perilaku ideal dari penggemar.

b. Bagi Pembaca

- Untuk referensi pada penelitian selanjutnya, agar mereka dapat meningkatkan penelitian yang belum ada pada penelitian ini.
- Untuk sumber informasi tertulis tentang objek kajian perilaku dan komunikasi yang berkaitan dengan *new media* Youtube.
- Untuk sumber informasi dan pemahaman tentang perilaku-perilaku negatif maupun positif sebagai penikmat *K-pop*

1.5 Sistematika Bab

a. Bab I Pendahuluan

Menguraikan latar belakang topik permasalahan tentang perilaku komunikasi penggemar *kpop* sebagai *audiens* musik video *Sticker* NCT 127. Merumuskan rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika bab.

b. Bab II Tinjauan Pustaka

Menguraikan tentang landasan teori yang digunakan; perilaku, komunikasi, perilaku agresi, NCT 127, Budaya populer. Serta menguraikan

tentang perbedaan, persamaan, dan hasil pembahasan dari penelitian terdahulu dari Ayu Mulia Khairani dengan judul "*Communication Behavior Of Fanatic Fans In Netzen Bandung Communities*", Mamiiek Sayyidatus Shalihah dengan judul "Perilaku komunikasi penggemar *kpop* (studi fenomenologi tentang perilaku komunikasi penggemar *kpop* sebagai AUDIENS video musik girlband blackpink "ddu du ddu du" di UIN Sunan Ampel Surabaya)" skripsi, Vania Rosalin Irmanto dan Fandy Tjiptono dengan judul "Motivasi Dan Perilaku Penggemar *K-Pop* Di Daerah Istimewa Yogyakarta". Vira Triwiarna, Mohamad Syahriar Sugandi dengan judul "Perilaku Komunikasi *K-Popers* Dalam Interaksi Sosial Melalui Aplikasi *V-Live Video Broadcasting* (Studi Fenomenologi *K-Popers* Dalam Interaksi Sosial Melalui Aplikasi *V-Live Video Broadcasting*)". Oki Achmad Ismail dan Ratna Sri Haryati dengan judul "Perilaku Komunikasi Penggemar *K-Pop* di Kota Bandung (Studi Dramaturgi Mengenai Perilaku Komunikasi *Army* di Kota Bandung Sebagai Penggemar *Boygroun* BTS)" dan, Ni Made Ayu Wulansari dengan judul "Perilaku Remaja Penggemar *Korean Wave: Systematic*". Serta menguraikan tentang kerangka berpikir dan bagan penelitian.s

c. Bab III Metodologi Penelitian

Menguraikan tentang jenis penelitian yang digunakan, metode-metode yang digunakan berupa pendekatan kualitatif, paradigma interpretatif dan, informan sebagai objek, musik video sebagai subjek

dalam penelitian, sumber data primer dari wawancara sedangkan sumber data sekunder dari dokumentasi, teknik pengambilan dengan wawancara pengemmar, observasi serta dokumentasi, data dan teknik analisis data dari data model Miles dan Huberman dan menggunakan teknik keabsahan data triangulasi.

d. Bab IV Hasil dan Pembahasan

Memaparkan hasil dan temuan-temuan penelitian dari lapangan mengenai permasalahan penelitian yang sesuai dengan teori-teori dan variabel-variabel yang peneliti gunakan berdasarkan data dan bukti yang sesuai lapangan.

e. Bab V Penutup

Menyimpulkan argumentasi dan saran serta agenda penelitian lanjutan yang penting dilakukan maupun dikembalikan.