

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Di era digital saat ini, seluruh informasi bisa didapatkan dan dilakukan melalui dunia digital. Media digital ialah salah satu bentuk teknologi informasi yang mempunyai efek besar dalam kehidupan masyarakat saat ini. Pesatnya perkembangan teknologi informasi membuat media digital semakin mudah diakses oleh banyak orang diseluruh dunia. Seiring dengan mudahnya akses media digital, media digital juga mempunyai kemampuan untuk menyampaikan pesan dan informasi dengan cepat dan efisien, serta memungkinkan komunikasi dan interaksi sosial lebih luas. Dalam hal ini membuat aktivitas bertukar informasi dan berkomunikasi semakin lebih mudah dengan memanfaatkan media digital saat ini.

Berbagai platform dan aplikasi digital saat ini hadir untuk memfasilitasi interaksi sosial dan aktivitas sehari-hari, mulai dari hiburan, belanja online, bisnis, Pendidikan, maupun berinteraksi dan berkomunikasi. Aplikasi digital merupakan sarana penyediaan informasi yang nantinya akan diunggah ke aplikasi digital yang bersangkutan untuk memenuhi kebutuhan informasi setiap individu (Putra & Febriana, 2022:1). Informasi yang disampaikan dari media digital atau aplikasi digital ini tidak hanya berbentuk berita saja, tetapi juga dalam dunia hiburan. Sebab setiap individu sudah pasti membutuhkan sebuah hiburan. Penyampaian informasi hiburan ini memberikan efek positif tersendiri bagi setiap individu, sebagai contoh dalam dunia hiburan

yaitu *K-Pop* (Korea Pop).

*K-Pop* merupakan singkatan dari Korea Pop yang mana memiliki arti music Korea pop dan identic dengan sekelompok *boyband* atau *girlband* asal Korea Selatan. Secara luas, istilah "K-Pop" atau Korean Pop digunakan untuk menggambarkan berbagai jenis musik, seperti pop, rock, R&B, hiphop, atau gabungan dari berbagai genre musik yang ada. *K-Pop* sendiri memiliki ciri khas lagu yang cerita dengan tempo cepat menggunakan lirik bahasa campuran dan biasanya diiring dengan modern dance. Boyband dan girlband K-Pop diatur oleh manajemen musik dan memiliki penampilan yang menarik, proporsional, dan wajah yang rupawan. Musik K-Pop berbeda dengan musik lainnya karena memiliki ciri-ciri seperti elctro dancebeat dan RnB. Tiga ciri utamanya adalah vokal yang kuat, menari, dan penampilan yang menarik. *K-Pop* sendiri akhir-akhir ini sangat populer bahkan di seluruh dunia (Rusiandi & Amelasasih, 2022:3).

Dikutip dari CNN Indonesia jumlah penggemar gelombang dunia hiburan Korea pada tahun 2018 tercatat hampir mencapai 90 juta orang. Yayasan yang bekerjasama dengan pemerintah korea mencatat terdapat 1.843 fans club di 113 negara di dunia. Penggemar klub *hallyu* global mencapai total 89,19 juta. Yayasan tersebut juga melakukan penelitian bahwa penggemar *hallyu* mencapai 100 juta orang pada 2020. Indonesia tentu saja tidak luput dari gelombang *K-Pop*, menurut survei yang diambil dari jumlah *viewers* video dengan konten *K-Pop* di platform *YouTube* Indonesia menjadi urutan ke-2 dengan jumlah total *viewers* 9,9% (Almaida dkk, 2021:2-3).

Sedangkan menurut IDN Times fans *K-Pop* tersebar di seluruh provinsi Indonesia masih terkonsentrasi di Pulau Jawa dengan total 76,7% dan didominasi dengan kaum hawa yaitu 92,1%, sedangkan hasil pria 7,9%. Berdasarkan survey tersebut juga mengatakan bahwa penggemar *K-Pop* dari berbagai kalangan usia. Usia 10-15 mencapai 9,3%, usia 15-20 tahun 38,1%, usia 20-25 tahun 40,7%.



**Gambar 1. 1**

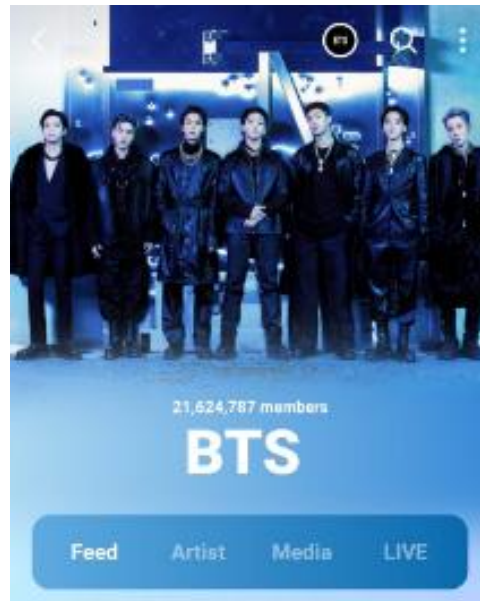
Grafik 2019 penyebaran fans K-Pop Indonesia

Sumber: IDN Times

Salah satu *K-Pop* (Korea Pop) yang sangat populer saat ini yaitu *boyband* Bangtan Boys atau *Bangtan Sonyeondan* (방탄소년단) juga dikenal sebagai BTS. *Boyband* asal Seoul, Korea Selatan ini beranggotakan tujuh orang yaitu KIM NAMJOON (RM), KIM SEOKJIN, MIN YOONGI (SUGA), JUNG HOSEOK (J-HOPE), PARK JIMIN, KIM TAEHYUNG (V), JEON JUNGKOOK. *Boyband* BTS ini dibentuk pada 13 Juni 2013 oleh agensi Big Hit Entertainment yang saat ini berganti nama menjadi HYBE Labels. *Boyband* BTS merupakan grup Korea Selatan yang sangat populer

dan terkenal diseluruh dunia berkat bakat yang dimiliki oleh masing-masing member serta penggemar yang telah menyebar di seluruh dunia. BTS terkenal melalui media sosial, yang telah membuktikan dirinya dengan penghargaan di seluruh dunia. Nama penggemar dari BTS sendiri yaitu ARMY (*Adorable Representative MC for Youth*). Aktivitas penggemar saat ini telah ditransformasikan oleh media digital atau aplikasi digital (Mangunsong dkk, 2022:40) (Mangunsong, 2022:40). Aplikasi digital dapat memudahkan para penggemar khususnya ARMY untuk mengakses dan *up to date* mengenai idola mereka. Dengan adanya aplikasi digital interaksi jauh lebih mudah dilakukan secara virtual tanpa harus bertemu langsung dan menghasilkan berbagai bentuk komunikasi.

Karena setiap aplikasi memiliki peran yang berbeda dalam menentukan cara orang berinteraksi dan menyampaikan pesan, pembahasan tentang komunikasi di dunia maya ini perlu diteliti lagi. Salah satu aplikasi digital yang digunakan BTS untuk berkomunikasi dan berinteraksi dengan ARMY yaitu Weverse. Weverse merupakan platform khusus yang diciptakan oleh HYBE Corporation pada 10 Juni 2019 yang bertujuan untuk mempermudah interaksi antara BTS dengan Army. Pada awalnya platform Weverse ini hanya diciptakan untuk BTS dan ARMY saja, tetapi seiring berjalannya waktu terdapat beberapa idol yang bergabung didalamnya. Dengan diciptakannya Weverse ini banyak mengundang respon dari penggemar diseluruh dunia sehingga sampai saat ini *followers* BTS terus bertambah hingga mencapai angka 21.624.787 member.



**Gambar 1. 2**  
Aplikasi Official Weverse  
Sumber: Aplikasi Weverse

Di dalam aplikasi tersebut terdapat banyak konten dari kegiatan anggota BTS yang gratis maupun berbayar yang telah disediakan. Adapun konten gratis yang diberikan yaitu *reality show* RUN BTS yang berisi berbagai konten permainan dari member BTS, menyelesaikan suatu tantangan, podcast member, live streaming video maupun radio. Sedangkan untuk konten berbayar berisi berbagai video yaitu BON VOYAGE, IN THE SOOP, serta video kegiatan di *backstage* saat BTS melakukan *tour* konser ke berbagai negara. Tidak hanya itu, dalam platform Weverse ini terdapat banyak fitur yang dapat digunakan salah satunya yaitu dapat mengunggah foto, video, like, komen, translate serta siaran langsung yang hanya bisa dilakukan oleh sang idol.

Dengan memanfaatkan teknologi yang maju seperti halnya aplikasi Weverse tersebut memungkinkan terjadinya proses interaksi dan komunikasi

antar sesama penggemar yaitu ARMY dengan BTS. Komunikasi merupakan proses penting dalam kehidupan manusia, terutama dalam berinteraksi dengan lingkungan sekitar. Dalam komunikasi, terdapat banyak elemen yang mempengaruhi salah satunya yaitu interaksi simbolik. George Herbert Mead dan Herbert Blumer menciptakan teori interaksi simbolik, yang menjelaskan bagaimana simbol digunakan dan diciptakan dalam interaksi. Mead dikenal sebagai pendiri teori interaksi simbolik mengatakan bahwa makna situasi tertentu memengaruhi bagaimana orang bertindak. Mead menyatakan bahwa individu dibentuk dan dibentuk oleh masyarakat melalui interaksi sosial. Interaksi simbolik membentuk konsep diri individu, hal ini dapat didefinisikan sebagai elemen yang ada di dalam seseorang, seperti emosi, pikiran, peran, dan nilai. Mead menambahkan bahwa salah satu komponen yang membentuk konsep diri individu adalah interaksi (Mardhiyah, 2019:1-2).

Dalam hal ini dapat diartikan bahwa interaksi simbolik adalah konsep yang menekankan bahwa manusia menciptakan makna melalui interaksi sosial dengan menggunakan simbol untuk memahami dunia sekitar dalam situasi tertentu. Komunikasi yang terjadi melalui interaksi simbolik mempengaruhi bagaimana individu mempersepsikan diri, orang lain, dan lingkungan sekitar. Berdasarkan konsep asumsi dari teori interaksi simbolik, mengetahui konsep diri individu dalam sebuah organisasi sangat penting karena konsep diri mereka memberikan kontribusi kepada keberlangsungan

organisasi dan mempengaruhi disiplin kerja, yang merupakan komponen penting dalam pencapaian tujuan organisasi.

Sama halnya dengan industri K-Pop telah berkembang menjadi fenomena global dalam beberapa tahun terakhir. Penggemar K-Pop dari seluruh dunia sangat antusias untuk berinteraksi dan mendukung idolanya. Weverse adalah salah satu platform yang menjadi pusat interaksi ini karena memungkinkan penggemar berkomunikasi secara langsung dengan idol-idol Kpop, mendapatkan konten eksklusif, dan berpartisipasi dalam berbagai acara yang diadakan oleh agensi hiburan. Fenomena ini menunjukkan bagaimana dunia hiburan telah mengubah cara penggemar dan idola berinteraksi satu sama lain.

Meskipun sejumlah besar penelitian telah dilakukan tentang peran penggemar dan kebudayaan Kpop, tidak banyak penelitian yang secara khusus mempelajari interaksi simbolik penggemar Kpop di Weverse. Pengaruh dan manfaat Weverse sebagai platform untuk interaksi simbolik antara penggemar dan idol Kpop masih belum sepenuhnya dipahami. Penelitian tentang fenomena ini akan membantu mengisi celah pengetahuan ini dan memberi tahu kita tentang cara penggemar secara aktif membuat pengalaman hiburan mereka sendiri.

Karena dampaknya yang signifikan terhadap industri hiburan, penelitian tentang interaksi simbolik penggemar K-Pop di Weverse sangat penting. Ini karena industri K-Pop sangat bergantung pada dukungan dan antusiasme penggemar untuk kesuksesan idol-idol mereka. Oleh karena itu,

mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana interaksi simbolik antara penggemar dan idol Kpop di Weverse membentuk identitas penggemar, mempengaruhi persepsi mereka tentang idol, serta memperkuat ikatan emosional dan sosial dalam komunitas penggemar. Selain itu, penelitian ini akan berkontribusi pada penelitian kebudayaan populer dan media sosial. Maka dari itu, dapat ditarik benang merah dan peneliti tertarik untuk mengangkat judul skripsi yaitu **“INTERAKSI SIMBOLIK ANTARA PENGGEMAR DENGAN IDOL K-POP BANGTAN BOYS STUDI FENOMENOLOGI PADA PLATFROM *WEVERSE*”**. Dengan harapan penelitian ini menjadi wawasan tentang bagaimana sebuah simbol dapat menghasilkan sebuah interaksi dan makna pada sebuah aplikasi digital.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka peneliti mengidentifikasi pokok masalah yang akan diteliti yaitu:

“Bagaimana interaksi simbolik yang terjadi antara penggemar (ARMY) dengan idol Korea (Bangtan Boys/BTS) didalam platform Weverse?”

## **1.3. Tujuan Masalah**

Adapun tujuan masalah dari penelitian ini yaitu:

“Untuk memahami interaksi simbolik yang terjadi antara penggemar (ARMY) dengan idol Korea (Bangtan Boys/BTS) didalam platform Weverse”



#### **1.4. Manfaat Penelitian**

##### 1. Manfaat Akademik

- a. Penelitian ini diharapkan menjadi acuan terhadap penelitian dalam bidang Ilmu Komunikasi serta menjadi rujukan bagi peneliti lain dan masyarakat umum dalam melakukan penelitian topik selanjutnya.

##### 2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan untuk menambah wawasan bagi penulis dan pembaca pada umumnya terhadap proses interaksi simbolik penggemar (ARMY) dengan idola Korea (BTS) dalam platform Weverse.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan bahan evaluasi dari penelitian analisis Kognitif sosial yang berkaitan dengan topik serupa.