

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Demam kpop marak dibicarakan di seluruh penjuru dunia, juga di Indonesia. Mulai dari anak-anak, remaja sampai orang dewasa membicarakan budaya Korea Selatan. Demam kpop yang merambat cepat ini lewat bermacam media.

Negara Korea Selatan atau istilah lain disebut dengan “*Negeri Ginseng*” pada kurun waktu terakhir ini telah berhasil menyebarkan produk budaya populernya ke seluruh penjuru dunia. Berbagai-bagai budaya Korea Selatan mulai dari drama korea, film korea, lagu korea, fashion korea, makanan korea, hingga industri lainnya mulai mewarnai kehidupan masyarakat di seluruh dunia. Proses penyebaran budaya kpop ke seluruh penjuru dunia inilah yang kemudian dikenal dengan istilah *hallyu* (Wahyudi Akmaliah, 2013: 201-212).

Fenomena *hallyu* atau juga bisa disebut dengan *Korean wave* yang artinya adalah demam budaya Korea atau gelombang budaya Korea mengacu pada popularitas Korea yang tersebar di seluruh penjuru dunia atau secara global yang menawarkan hiburan Korea yang unik dan menarik. Meningkatnya popularitas budaya Korea di seluruh penjuru dunia banyak pengaruhi kehidupan masyarakat, dan salah satu negara yang terpengaruh budaya Korea adalah Negara Indonesia. Fenomena *hallyu* ini sedang melanda Indonesia banyak mempengaruhi masyarakat Indonesia. Tentu saja peran media massa sangatlah besar dalam penyebaran *hallyu* ini, dengan teknologi yang sudah canggih bukanlah hal yang sulit untuk mengakses apapun di media yang berhubungan dengan budaya Korea.

Di Industri musik Korea Selatan, banyak bermunculan artis penyanyi baru, girlband dan boyband musik. Musik yang telah diproduksi Korea Selatan kemudian masuk ke Indonesia dan menarik atensi masyarakat Indonesia sehingga menimbulkan banyak reaksi. Promosi album musik dilakukan oleh agensi rekaman di Korea Selatan dengan mentenarkan musik mereka melalui media *online*.

Youtube memiliki peran sebagai saluran produsen musik untuk mempromosikan video musik mereka. Penerimaan masyarakat terhadap musik tersebut menyebabkan munculnya sekelompok penggemar yang kemudian disebut dengan istilah *kpop lovers*. Penggemar ini yang banyak mempengaruhi pencapaian sebuah single lagu dan album dari sebuah grupband atau penyanyi dalam *platform* lagu di suatu negara maupun di seluruh dunia.

Fenomena video musik *girlband* atau *boyband* kpop menarik diteliti sebab musik mereka membawa budaya yang bisa dinikmati semua orang dan bisa mempengaruhi masyarakat dengan cepat. Menyebarnya budaya Korea terkhusus di bidang musik, sering disebut dengan fenomena kpop yang juga digemari oleh masyarakat Indonesia. Istilah kpop secara luas dipakai guna jabarkan aliran musik gabungan dari genre-genre musik yang ada. Kpop identik dengan sekelompok perempuan atau laki-laki yang berada di bawah naungan suatu agensi, yang biasanya disebut dengan sebutan *boyband* dan *girlband*. Blackpink, Wonder Girls, Super Junior, NCT, Girl's Generations adalah beberapa nama *boyband* dan *girlband* Korea Selatan yang terkenal di Asia maupun Eropa (Nugraini, 2016: 60).

Blackpink ialah salah satu *girlband* dari Korea Selatan yang dapat dianggap sukses menarik perhatian masyarakat *viewers* atau *audiens Youtube*. Dengan pencapaian itu maka bisa dikatakan video musik Blackpink populer dan diminati oleh masyarakat dari bermacam kalangan, juga memberi hiburan orang yang menontonnya. Lalu timbul dampak dari praktik itu yakni munculnya perilaku komunikasi ke penonton bermacam-macam.

Karena itu, kegiatan menonton menjadi sebuah budaya populer. Lalu timbul dampak dari praktik itu yakni timbulnya perilaku komunikasi ke penonton bermacam-macam. Perilaku komunikasi tersebut bisa berupa reaksi yang disadari dan tidak disadari, perilaku komunikasi yang berbentuk Verbal dan Non Verbal serta perilaku komunikasi dalam menggunakan media dalam komunikasi penggemar kpop Blackpink di komunitas Blinku, dan tujuan peneliti meneliti di Komunitas Blinku karena Komunitas ini *fansbase* penyuka Blackpink. Komunitas ini aktif sampai saat ini mengadakan berbagai kegiatan dan memiliki anggota yang cukup banyak yaitu komunitas kpop Blinku. Komunitas ini resmi didirikan pada 14 September 2012, *fanbase* afiliasi yang berfokus hanya pada *project* atau *event blink* (nama penggemar Blackpink). Komunitas Blinku tidak hanya melakukan kegiatan berkumpul saja, komunitas Blinku juga terkadang mengadakan *gathering* dan didalamnya mereka membuat perlombaan *sing cover idol* dan *dance cover idol*. Yang paling menarik di komunitas ini ialah *dance cover idol*, *dance cover idol* ialah grup band yang menarikan gerakan dari idola *girlband* atau *boyband* korea yang mereka suka. *dance cover idol* yang biasanya diundang dalam suatu *event* mereka berasal dari anggota komunitas itu sendiri. Berdasarkan pengamatan observasi peneliti, peneliti merasa tertarik guna meneliti anggota komunitas penyuka kpop *lovers* yang dilaksanakan kebanyakan anggotanya ialah remaja. Peneliti memilih anggota komunitas Blinku sebagai subjek penelitian sebab sesuai pengamatan observasi peneliti, dari berbagai komunitas kpop yang ada, komunitas Blinku yang masih aktif

guna menjalankan bermacam aktivitas, komunitas kpop yang lain ada juga melakukan kegiatan tapi tidak se-aktif komunitas Blinkeu ini.

Penggemar kpop ialah orang yang mempunyai pengalaman lebih banyak dalam menonton video musik Korea. Dari bermacam pengalaman peneliti di suatu lingkungan lain ditemukan fakta bahwa video musik kpop sering kali diputar serta timbulkan bermacam perilaku komunikasi dari beberapa orang yang menyukai kpop, seperti gerakan tubuh, berkomentar, ikut bernyanyi, serta -lain.

Sesuai penjabaran latar belakang maka peneliti tertarik guna teliti mengenai “perilaku komunikasi penggemar kpop Blackpink”. Dengan demikian akan memudahkan penelitian guna mengetahui perilaku komunikasi penggemar kpop Blackpink di komunitas Blinkeu.

1.2. Fokus Penelitian

Berdasarkan paparan dari latar belakang penelitian diatas maka fokus penelitian ini ialah bagaimana perilaku komunikasi penggemar kpop Blackpink di Komunitas Blinkeu ?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian yaitu untuk memahami perilaku komunikasi penggemar kpop Blackpink di komunitas Blinkeu.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1.4.1. Manfaat Teoretis

- a. Penelitian ini berguna untuk mempelajari dan memahami suatu fenomena yang biasa terjadi di masyarakat sebagai bahan contoh ilmiah dan juga dapat dipakai sebagai referensi bagi siapa saja yang akan meneliti tentang fenomena yang sama.
- b. Memperbanyak pengetahuan dan menambah pemahaman tentang perkembangan perilaku komunikasi di dalam lingkungan masyarakat.

1.4.2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Dengan dilakukannya penelitian ini, peneliti berharap hasil dari penelitian memberikan penjelasan mengenai perilaku komunikasi penggemar K-Pop sebagai *audiens* video musik Blackpink, dan memberikan pemahaman tentang faktor apa saja yang telah mempengaruhinya.

b. Bagi Pembaca

Penelitian ini akan menjadi informasi ataupun referensi studi tentang perilaku komunikasi dalam sebuah fenomena yang mengaitkan video musik di *Youtube* dan *audiens*.

c. Bagi Masyarakat

Hasil dari penelitian ini akan menjadi informasi kepada masyarakat mengenai masalah terkait dengan penelitian perilaku komunikasi. Dan penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai jalan alternatif untuk berperilaku dan menjadi acuan identitas sosial bagi penggemar K-Pop di masyarakat.