BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Masyarakat di era ini memang begitu aktif menggunakan dan menerima sajian media untuk memenuhi kebutuhannya. Apalagi dengan adanya internet yang semakin mempermudah perolehan informasi. Survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII), menunjukan bahwa dari total 256,2 juta penduduk Indonesia, 132,7 juta orang telah terhubung ke internet.[1] Karena penggunaannya yang praktis, orang-orang menjadi ketagihan untuk selalu update tentang informasi-informasi terkini sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka.

Herbert Blumer dan Elihu Katz mengatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut.[2] Masyarakat pengguna media tentu mampu memilih sendiri informasi apa yang mereka perlukan. Berbagai macam latar belakang kebutuhan mendasari masyarakat memanfaatkan media. Mulai dari pengetahuan, informasi, hiburan, hobi, kebutuhan berbelanja, dan lain-lain. Informasi dan kemudahan lainnya yang disediakan oleh media dimanfaatkan oleh masyarakat sesuai dengan kebutuhan dan minat masing-masing. Dalam konteks penggunaan media ini, masyarakat yang adalah audiens

---

[1] Yoga Hastyadi Widiartanto. *2016. 2016 Pengguna Internet Capai 132 Juta*. Available online at *http://tekno.kompas.com/read/2016/10/24/15064727/2016.pengguna.internet.di.indonesia.capai.132.juta* (diakses 2 Februari 2018).

[2] Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. Hal 192.

terbagi dalam kelompok-kelompok tertentu, sesuai dengan kebutuhan mereka terhadap media.

Dengan semakin mudahnya mengakses internet, membuat jarak antar negara semakin tidak terasa. Hal tersebut membuat konten-konten asing dapat dengan mudah untuk masuk ke sebuah negara Salah satu contoh fenomena yang terjadi akibat kemudahan internet saat ini adalah *Hallyu* atau *Korean Wave.*

Menurut ahli brand strategi dan konsultan manajemen, Martin Roll, *Korean Wave (Hallyu)* merujuk pada popularitas secara global dari ekonomi budaya Korea Selatan yang menyebarluaskan budaya pop, hiburan, musik, drama dan film.[3] Tidak hanya di Negara asalnya sendiri yaitu Korea Selatan, demam Korea juga merebak ke kawasan Asia bahkan mulai merebut perhatian dunia. Minat masyarakat tersebut dapat terlihat dari tingginya tingkat akses berita hiburan Korea berbasis bahasa Inggris. Menurut data dari Korean Culture and Information Service dalam Skripsi yang ditulis oleh Muqsita Salmi, pengunjung dari salah satu portal berita hiburan Korea berbasis bahasa Inggris yaitu Allkpop, 40% berasal dari Amerika Serikat, 10% dari Kanada, 10% dari Singapura, juga negara-negara lainnya.[4]

Awal mula Indonesia terserang demam Korea sendiri adalah ketika drama-drama Korea mulai ditampilkan di stasiun televisi swasta. Namun sebelum itu,

---

[3] Martin Roll. 2018. *Korean Wave (Hallyu) – The Rise of Korea's Cultural Economy & Pop Culture*. Available online at https://martinroll.com/resources/articles/asia/korean-wave-hallyu-the-rise-of-koreas-cultural-economy-pop-culture/ (diakses 8 Agustus 2019)

[4] Muqsita Salmi. 2013. Skripsi: "Motivasi Penggemar Dalam Menggunakan Replika Pakaian dan Aksesori (Studi Pada Penggemar Pop Korea (K-Pop) Dalam Menggunakan Replika Pakaian dan Aksesori *Boyband* dan *Girlband*)".Hlm 3.

budaya popular Asia Timur yang berasal dari Taiwan lebih dulu masuk ke Indonesia. Kesuksesan serial Taiwan Meteor Garden yang tayang pada tahun 2002 kemudian segera disusul dengan tayangnya drama Korea di televisi Indonesia. Drama-drama seperti *Endless Love, Winter Sonata, Full House,* dan *Boys Before Flowers* saat itu memang merebut banyak perhatian pemirsa Indonesia. Masyarakat pun kemudian tertarik dengan lagu-lagu yang digunakan sebagai *soundtrack* dalam drama tersebut. Berangkat dari ketertarikan terhadap *soundtrack* drama itulah masyarakat kemudian menaruh perhatian terhadap musik pop Korea atau Kpop. Kpop kemudian semakin merebak ketika masyarakat mulai mengenal penyanyi solo juga grup musik Korea seperti Rain, Boa, TVXQ, Super Junior, Big Bang, SNSD, dan lain-lain. Mengusung genre musik *dance pop* dan mengandalkan kemahiran menari juga tampang yang menawan, membuat grup-grup musik K-pop ini laku di pasaran Indonesia.[5]

Hingga saat ini demam Kpop rupanya belum surut. Apalagi ketika arus globalisasi dan majunya perkembangan teknologi sudah tak dapat lagi dibendung. Dengan demikian, konten Korea di bidang hiburan ini pun dapat dengan mudah untuk diakses dan dinikmati penggemar Kpop. Berbekal kemudahan tersebut, Kpop akhirnya semakin dikenal dan penggemar Kpop juga semakin banyak.

Korea Foundation (KF) di bawah naungan Kementrian Luar Negeri Korea Selatan, melaporkan bahwa hingga bulan Desember 2019 terdapat sekitar 99.320.000 orang penggemar Hallyu di seluruh dunia. Jumlah ini meningkat 11 persen jika

---

[5] Vania Rosalin Irmanto dan Fandy *Tjiptono*. 2013. *Motivasi dan Perilaku Penggemar K-Pop di Daerah Istimewa Yogyakarta*. Modus Journal Vol 23. Hal 2.

dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Berdasarkan wilayah, Asia memiliki basis penggemar terbesar yang mencapai 71.810.000 orang, kemudian sekitar 15.040.000 orang penggemar di Eropa yang membuktikan perhatian dunia pada *Korean Wave*. Di mayoritas Negara, *Korean Wave* atau Hallyu berkembang dengan populernya Kpop dan K-Drama. Menurut Korean Foundation, kini Hallyu juga diperluas ke dalam kehidupan sehari-hari warga dunia melalui komik daring yang disebut *weebtoon*, di bidang busana dan kecantikan, juga konten siaran makan atau *"mukbang"*.[6]

Penggemar atau yang lebih dikenal dengan sebutan *fans* ini dapat menggemari berbagai hal mulai dari klub sepakbola, game, kartun, selebriti, karakter film, dan lain-lain. Dengan latar belakang ketertarikan yang sama, penggemar-penggemar ini berkumpul dan menciptakan suatu kelompok yang biasanya disebut klub atau *fandom*, atau sebutan lain sesuai dengan apa yang mereka gemari. Selanjutnya, orang-orang yang berada dalam satu kelompok penggemar yang sama akan saling berdiskusi dan mengutarakan pendapat mereka terkait hal yang digemari.

Selain bertukar pendapat, para penggemar ini biasanya punya banyak hal yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan atau menyalurkan minatnya terhadap apa yang digemarinya. Pemenuhan kebutuhan ini dapat berupa konsumsi yaitu dengan menonton, mendengar, membaca, ataupun mencari informasi tentang apa yang disukai. Dapat pula dengan memproduksi atau membuat sesuatu yang berkaitan dengan hal yang disukai, seperti gambar, tulisan, atau pernak pernik.

---

[6] Penggemar "Hallyu" akan capai 100 juta orang di seluruh dunia. Diakses dari *http://world.kbs.co.kr/service/news_view.htm?lang=i&Seq_Code=57452,* pada tanggal 8 September 2020 pukul 22.26 Wib.

Salah satu contoh karya yang dibuat oleh penggemar adalah *fanfiction*. *Fanfiction* merupakan cerita fiksi hasil imajinasinasi *fans* terhadap suatu tokoh, baik itu tokoh nyata seperti selebriti, aktor dan artis, maupun tokoh fiksi sepeti karakter dalam kartun atau karakter di sebuah film. Untuk tokoh nyata, yang digunakan dalam *fanfiction* biasanya adalah tokoh hiburan seperti penyanyi, aktor, maupun artis.

Sebenarnya dari segi cerita, *fanfiction* tidak terlalu berbeda dari cerita-cerita fiksi lainnya. Perbedaan terdapat pada peminjaman karakter atau tokoh yang sudah ada sebelumnya. Selain tokoh, penulis terkadang juga meminjam latar belakang cerita asli yang kemudian dimodifikasi alur ceritanya sesuai ide dan imajinasi mereka.

Biasanya penulis *fanfiction* ini menuliskan kisah tokoh idolanya dengan bebas sesuai imajinasi mereka. Cerita fanfiction menurut Thomas, *"literary works that borrow the settings, plots, characters, and ideas from all forms of popular culture' (2006: 226) in the attempt to weave together new tales that build upon existing stories in all styles and forms."*[7] Biasanya penulis meminjam setting, alur cerita, atau karakter untuk dirubah menjadi sebuah cerita baru versi mereka. *Fanfiction* ini begitu populer dan banyak diminati termasuk di kalangan penggemar Korean pop atau Kpop.

Seperti cerita fiksi pada umumnya, fanfiction juga disajikan dalam berbagai genre, seperti horor, misteri, *romance*, *friendship*, *thriller*, komedi, dan lain-lain.

---

[7] Thomas 2006 dalam Angela Lee. 2011. "Time Travelling with fanfic writers: Understanding fan culture through repeated online interviews" *Participation Journal of.Audience and Reception Studies. Volume 8, Issue 1*. University of Pennsylvania, USA. Hal 247.

Genre *romance* atau kisah percintaan merupakan genre umum yang paling banyak ditemukan dan juga yang paling diminati oleh pembaca. Di dalam cerita *fanfiction* dengan genre *romance* ternyata banyak pula yang mengangkat kisah percintaan homoseksual yaitu antara perempuan dengan perempuan atau laki-laki dengan laki-laki. Dengan banyaknya peminat *Fanfiction* dengan kisah seperti ini sudah banyak dibuat di berbagai website.

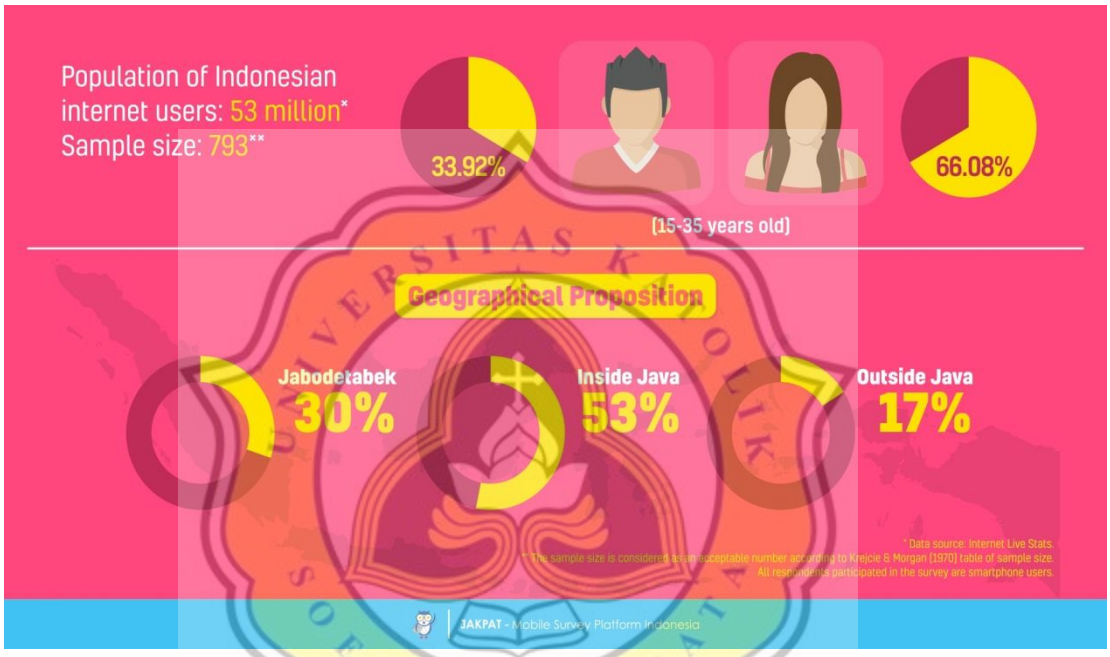
Misalnya pada *fanfiction romance* dalam website fanfiction.net ini. Fanfiction.net merupakan salah satu dari banyak website dengan konten cerita fiksi karya penggemar yang dapat diakses dengan mudah dan gratis.

Gambar 1.1 Contoh tampilan fanfiction

Sumber : Fanfiction.net

Dapat dilihat bahwa terdapat 981 orang yang menjadikan cerita tersebut sebagai favorit mereka. Terdapat pula ribuan komentar di kolom *review* pada cerita tersebut. Padahal cerita fiksi di atas memuat kisah romantis antara laki-laki dengan laki-laki.

Namun yang menjadi menarik adalah bagaimana cerita seperti ini juga populer di kalangan penggemar Kpop yang mayoritas adalah perempuan. Menurut sebuah survei terbuka yang dilakukan oleh Jajak Pendapat pada 793 responden, diketahui bahwa penggemar Kpop didominasi oleh perempuan.



Gambar 1.2 Hasil Survei Penggemar Kpop di Indonesia

Sumber: Jakpat.net

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti merasa tertarik untuk meneliti tentang motivasi dan kepuasan para penggemar perempuan Kpop pada *fanfiction* dengan konten cerita romantis antar lelaki. Maka dari itu penulis memilih penelitian skripsi ini dengan judul "**Motif dan Kepuasan Perempuan Penggemar Kpop Pada *Fanfiction* Bergenre Romansa Khususnya Teks Homoseksual Pria".**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana motif dan kepuasan perempuan penggemar Kpop pada *fanfiction* bergenre romansa khususnya teks homoseksual pria?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui bagaimana bagaimana motif dan kepuasan perempuan penggemar Kpop pada *fanfiction* bergenre romansa khususnya teks homoseksual pria.

1.4 Kegunaan Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk menambah atau mengembangkan pengetahuan di bidang kajian Ilmu Komunikasi. Selain itu peneliti berharap penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi atau bahan bacaan bagi para peneliti di bidang yang sejenis terutama yang menyangkut pada topik motif dan kepuasan serta teori *uses and gratification.*

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi sarana dalam melihat maupun memperlajari motivasi yang menggerakkan seseorang untuk membuat sikap tertentu terhadap sesuatu yang disukainya.