

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

K-pop telah tumbuh menjadi budaya baru yang memiliki peminat yang sangat luas di berbagai belahan dunia. Karena hal tersebut antusias yang terjadi di masyarakat masih sangat besar, terutama pada kaum remaja wanita. Dengan banyak peminat dalam kegemaran yang sama ini menjadikan remaja ini membuat komunitas untuk hal itu. Komunitas yang diciptakan ini berguna untuk tempat para penggemar menyatukan ide, hobi, dan mengekspresikan perasaan mereka secara terbuka dalam mengagumi idolnya (Liputan6.com). Komunitas yang dibentuk oleh penggemar K-pop ini disebut *Fandom*.

Dikutip dari *Liputan6.com*, bahwa *Fandom* memiliki arti kepenggemaran dalam bahasa Inggris. Kata "*Fandom*" dalam penyebutan di kalangan K-pop yaitu observasi dari *fan kingdom* yang digunakan untuk kelompok penggemar idol Korea. *Fandom* merupakan perkumpulan para penggemar yang memiliki rasa kagum terhadap seseorang atau sebuah grup, komunitas ini dibentuk sebagai wadah berinteraksi para penggemar dan idol untuk saling *support* satu sama lain, dan mendapatkan informasi terbaru tentang kegiatan idol mereka lakukan. *Fandom* yang terbentuk oleh penggemar mempunyai nama dan arti tersendiri, seperti salah satunya yaitu Bangtan Sonyeondan atau yang biasa dikenal dengan nama BTS.

BTS merupakan grup *boyband* kpop asal Korea Selatan yang memiliki jumlah anggota 7 orang laki-laki yang bernama Kim Namjoon (Namjoon), Kim

seokjin (Jin), Min Yoongi (Suga), Jung Hoseok (J-Hope), Park Jimin (Jimin), Kim Taehyung (V), dan Jeon Jungkook (Jungkook) yang telah malang melintang sejak 2013 di dalam dunia hiburan music Korea, dan dalam karirnya yang terkenal hingga hampir seluruh dunia. Kepopuleran yang didapatkan dari *boyband* ini juga berkat banyaknya para penggemar dari berbagai dunia, termasuk Indonesia. Penggemar BTS ini juga memiliki fandom seperti penggemar grup lainnya, Bighit selaku agensi dari BTS pun memberi nama ARMY yaitu sebuah singkatan dari *Adorable Representative MC for Youth* (*Kompas.com*).

Pada komunitas ini para penggemar lebih mudah dalam menunjukkan rasa emosional terhadap idolnya, sehingga para penggemar merasa lebih dekat dan menciptakan dunia sendiri di dalam diri mereka. Di *fandom* para penggemar dapat berinteraksi satu sama lain dengan melalui adanya platform seperti twitter, website dan pembagian link grup pada aplikasi Line, Telegram, dan sosial media lain-lainnya. Para penggemar kebanyakan mengganti nama id kontak dengan mencantumkan nama idolnya, mempunyai akun khusus untuk memposting idolnya, hal tersebut merupakan contoh adanya dampak hubungan parasosial. Dikutip dari *news.detik.com*, hubungan parasosial ialah suatu bentuk hubungan yang terjadi antara khalayak media massa seperti media sosial, televisi, dan komik dengan personal yang ditampilkan oleh media massa tersebut. Dalam dunia Kpop, hubungan antar penggemar dan idolnya dikategorikan hubungan parasosial karena penggemar menciptakan sebuah ilusi tersendiri ketika sudah berhubungan dengan idolanya.

Gambar 1.1 Pengguna Sosial Media



Gambar 1.2 Pengguna Sosial Media



Sumber : Sosial media Twitter dan Telegram

Dampak parasosial juga langsung dirasakan oleh idolnya, dimana seorang penggemar mulai fanatik terhadap idolnya dengan melihat idol memperlakukan para penggemarnya sangat istimewa atau karena lagu yang mereka ciptakan sangat *relateable* dengan perasaan yang sedang dialami penggemarnya, salah satu contoh kasus pada tahun 2009 yaitu salah satu penggemar BTS mencoba mencium salah satu member Suga BTS dengan paksa (Kompas.com). Dikutip dari *Tribunnews*, fans BTS ini ingin mencium pipi Suga BTS tanpa adanya izin dari sang idol. Hal tersebut membuat Suga BTS sangat tidak nyaman dan termasuk pelecehan seksual. Oleh karena itu dengan munculnya fenomena interaksi parasosial ini sebenarnya dapat membahayakan kondisi idol itu sendiri. Namun dalam nilai positifnya tetap akan digunakan cara interaksi parasosial ini untuk pihak agensi dalam mempromosikan idolnya (Kompas.com). Dikutip dari *Liputan6.com*, ARMY fans BTS ini dianggap paling loyal di jagat K-pop karena ketika BTS berhasil membawa pulang piala *Billoard Music Award 2017*, ARMY dianggap yang paling berpengaruh dalam menghantarkan BTS ke gerbang kesuksesan dengan kekompakan yang mereka bentuk ini disebut hubungan parasosial. Sering

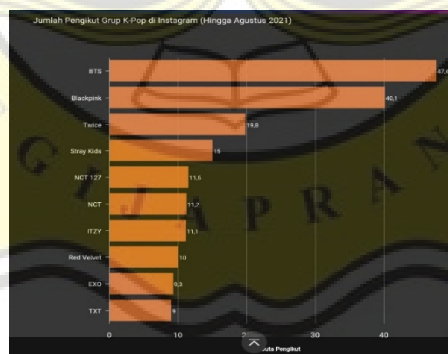
terjadinya situasi seperti ini kadang menimbulkan dampak negatif dan positif. Hubungan parasosial adalah hubungan yang didapat dari sebuah ilusi dari media sosial. Perilaku parasosial menguat karena adanya ketertarikan sosial yang berlebihan kepada idol yang didapat dari kesan awal penggemar pada idol yang diamati melalui penampilan fisik, perilaku, dan reaksi emosinya. Interaksi intens yang diciptakan terjadi karena penggemar merasa penggemar terhubung dengan idolnya melalui adanya sosial media seperti: Youtube, Instagram, Twitter, dan *Variety show* (Liputan6.com).

Menurut Donald Horton dan R. Richard Wohl (Dalam buku Chris Rojek *Presumed Intimacy*, 2016 hlm 15-16), parasosial seperti menciptakan suatu ilusi yang dinikmati oleh audiens ketika *figure* media menampilkan diri dalam acara seperti: selebritis, atlet, tokoh film, karakter animasi, dan sebagainya. Hubungan tersebut merupakan hubungan yang terjadi secara satu arah, dan hubungan ini merupakan hubungan interpersonal dari dua pihak hanya saja hubungan ini dirasakan oleh satu sisi karena tidak adanya timbal balik yang didapat dari pihak yang diinginkan, karena pada dasarnya, karakter yang dimaksud hanya mampu dijangkau melalui media sosial dan pihak tersebut tidak mengetahui keberadaan pihak lainnya. Hubungan parasosial digunakan pada *fandom* sebagai wadah berinteraksi dalam menyampaikan ekspresi secara bebas dan terbuka, mereka melakukan ini untuk semakin memberikan para penggemar rasa dekat dan dukungan untuk idolnya Hubungan parasosial digunakan pada ARMY sebagai wadah berinteraksi dalam menyampaikan ekspresi secara bebas dan terbuka, mereka melakukan ini untuk semakin memberikan para penggemar rasa dekat dan

dukungan untuk idolnya. Aktivitas yang dilakukan penggemar dalam memberikan dukungan kepada idolnya dengan hal paling mudah yaitu mengikuti sosial media yang berhubungan dengan idolnya.

Dengan fenomena tersebut dan didukungnya oleh jaringan internet yang mempermudah penggemar dalam mengakses berbagai informasi mengenai kegiatan terbaru dari idola mereka hingga *merchandise* yang siap dipasarkan oleh pihak agensi. Kehadiran internet membawa keuntungan bagi penggemar internasional yang tidak tinggal di Korea Selatan, dan semakin di bantu dengan hadirnya media sosial yang mampu mendekatkan penggemar dengan idola mereka. Sosial media juga digunakan untuk ajang promosi album, film, lagu terbaru, merchandise, tiket konser, dan produksi lainnya, sehingga media sosial ini mempunyai keuntungan bagi kedua belah pihak.

1.3 Grafik jumlah penggemar mengikuti akun BTS pada instagram



Sumber: Databoks.katadata.co.id

Dalam para penggemar menggunakan sosial media, mempermudah interaksi mereka dan membentuk dukungan bagi idolanya. Dikutip *CNNIndonesia*, ARMY melakukan galang dana untuk tragedi Kanjuruhan yang tembus hingga

420juta. Hal positif ini tercapai karna adanya sosial media yang membantu kekompakan yang dibentuk walaupun dari jauh.

Seperti yang digunakan pada BTSVIDEO (SUBINDO) pada grup obrolan Telegram, merupakan salah satu dari sekian banyaknya fanbase yang ada didunia *fandom* ARMY untuk memfasilitasi para penggemar dalam memberikan informasi kegiatan-kegiatan terbaru, konten yang berkaitan dengan idolnya. BTSVIDEO (SUBINDO) memiliki 50.000 lebih pengikut pada akun ini dan dari berbagai kota yang berbeda. Fokus dalam BTSVIDEO (SUBINDO) ini merupakan tempat berkumpulnya para fans dari BTS yang guna untuk mengetahui kegiatan, informasi, konten yang dilakukan para member BTS agar fans tidak ketinggalan dan menjadi wadah interaksi para fans dalam mengomentari kegiatan, informasi, dan konten yang disuguhkan oleh BTSVIDEO (SUBINDO).

Dengan mengetahui adanya proses komunikasi hubungan parasosial di dalam *fandom*, yang timbul dari imajinasi penggemar terhadap merespon konten, informasi, dan kegiatan yang disuguhkan oleh BTSVIDEO (SUBINDO). Dapat dipahami bahwa imajinasi yang diciptakan oleh penggemar dapat dimanfaatkan dengan baik sebagai bentuk dukungan dan kesetiaan penggemar untuk idola yang dikagumi.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

Bagaimana hubungan parasosial dalam proses komunikasi ARMY pada BTSVIDEO (SUBINDO) pada Telegram?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan yang peneliti rumuskan, maka tujuan yang ingin dicapai yaitu untuk mengetahui hubungan parasosial dalam proses komunikasi ARMY pada anggota grup BTSVIDEO (SUBINDO).

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

#### **1. Manfaat Teoritis**

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam menyumbang sebuah pengetahuan di bidang komunikasi khususnya pada bidang komunikasi dan hubungan parasosial.

#### **2. Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi pihak terkait dan berbagai pihak lainnya dalam memanfaatkan komunikasi dan hubungan parasosial untuk mendukung seorang idola.

## 1.5 Lokasi dan Tatakala penelitian

Penelitian ini akan dilakukan secara online yaitu dengan bentuk observasi pada aplikasi Line melalui grup BTS INDO (SUBINDO) yang memiliki jumlah anggota 50.000 orang lebih.

Tabel 1.5 Penelitian

No	Kegiatan	2022			
		Agustus	September	Oktober	November
1	Persiapan Penyusunan Proposal				
2	Pengumpulan Data				
3	Analisis Data dan Hasil				
4	Penyusunan Laporan Akhir				
5	Ujian Skripsi				

## 1.6 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN, bab ini menjelaskan mengenai latar belakang mengapa peneliti mengambil fokus pada Komunikasi dan Hubungan Parasosial dalam grup BTSVIDEO (SUBINDO).

BAB II TINJAUAN PUSTAKA, bab ini berisi tentang penelitian terdahulu yang dijadikan acuan dalam penulisan dan guna untuk menjabarkan teori-teori yang nantinya digunakan peneliti sebagai dasar penulisan dalam menjawab rumusan masalah di Bab I.



BAB III METODE PENELITIAN, bab ini menjelaskan secara rinci mengenai metode penelitian yang digunakan dalam penelitian. Terdapat jenis penelitian, fokus penelitian, jenis data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data dan kerangka berpikir.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN, bab ini berisi tentang hasil dan pembahasan dari data dan fakta yang didapat selama penelitian berlangsung dengan mengkaitkan teori yang ada pada Bab II.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN, bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran dari hasil pembahasan yang sudah dibahas dan dijabarkan pada Bab IV.

