

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Media merujuk pada segala peranti atau sarana komunikasi seperti majalah, radio, televisi, film, poster, dan spanduk. Menurut Asosiasi untuk Teknologi Pendidikan dan Komunikasi (AECT), media dapat didefinisikan sebagai segala bentuk yang digunakan untuk menyampaikan informasi. Di sisi lain, Asosiasi Pendidikan mendefinisikan media sebagai objek yang dapat dimanipulasi, dilihat, didengar, dibaca, atau dibicarakan bersama dengan alat yang tepat. Oleh karena itu, media berfungsi sebagai perantara dalam proses komunikasi, seperti ketika menulis surat menggunakan kertas atau melakukan panggilan telepon menggunakan telepon. (Tamburaka, 2013, p. 39)

Terdapat perbedaan dalam pandangan umum mengenai media sebagai "perantara" komunikasi, namun pemahaman tentang media massa melampaui peran tersebut. Media massa mengacu pada media yang digunakan dalam komunikasi melalui media pers. Istilah media massa atau pers diperkenalkan pada tahun 1920-an untuk menggambarkan jenis media yang dirancang khusus untuk mencapai audiens yang memiliki cakupan yang sangat luas. Menurut Oemar Seno Adji, terdapat dua konsep dalam pemahaman tentang pers: (1) Pers dalam arti sempit, yaitu penyebaran pikiran, gagasan, atau berita melalui tulisan. (2) Pers dalam arti luas, mencakup segala bentuk komunikasi

massa yang menyampaikan pemikiran dan perasaan seseorang baik secara tertulis maupun lisan. (Tamburaka, 2013, pp. 39-40)

Menurut Marshall McLuhan (1964) dalam bukunya "Understanding Media", teknologi komunikasi memiliki peran penting dalam mengubah tatanan sosial dan budaya, terutama dalam peralihan dari media cetak ke media elektronik (Tamburaka, 2013, p. 71) Kemajuan teknologi komunikasi massa telah menghasilkan kemajuan yang signifikan. Saat ini, media telah terlibat secara aktif dalam kehidupan kita dengan kecepatan yang lebih tinggi daripada sebelumnya, sehingga menjauhkan jarak. Perubahan dari teknologi konvensional menjadi teknologi digital telah menghasilkan dampak besar terhadap cara manusia berinteraksi. Sebelumnya, masyarakat sangat bergantung pada informasi yang dikendalikan oleh media massa. Namun, dengan adanya transformasi digital, terjadi perubahan dalam distribusi konten media yang memungkinkan akses oleh masyarakat pada konten tersebut..

Saat ini, media massa mengalami kemajuan yang signifikan. Media massa menjadi alat yang digunakan untuk mencari dan menerima berbagai jenis informasi. Terdapat beragam jenis media yang digunakan dalam proses pencarian informasi, termasuk media sosial, media cetak, media elektronik, dan sebagainya. Karena hal tersebut, banyak individu yang mengandalkan media sebagai sumber informasi atau untuk memenuhi kebutuhan pribadi mereka yang beragam.

Dalam era perkembangan teknologi yang pesat saat ini, media mengalami kemajuan dan perbaikan yang signifikan. Informasi yang sesuai dengan kebutuhan kita dapat ditemukan melalui berbagai jenis media. Dengan adanya media, manusia dapat dengan mudah memperoleh informasi baik yang berada di sekitar mereka maupun yang berada di tempat yang jauh. Penting untuk diakui bahwa komunikasi memainkan peran yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Manusia berperan sebagai subjek dan objek dalam proses komunikasi. Meskipun media komunikasi memerlukan intervensi manusia untuk berfungsi dengan baik, namun media memiliki kelebihan dalam menyampaikan pesan yang jauh lebih efektif daripada individu yang menyampaikan informasi tanpa bantuan media.

Sejalan dengan kemajuan yang pesat dalam teknologi komunikasi, komunikasi juga mengalami perkembangan yang cepat. Media massa memiliki peran yang signifikan sebagai sarana untuk mengkomunikasikan Media massa bertugas menyediakan informasi kepada masyarakat. Terdapat dua kategori utama dalam media massa, yaitu media elektronik dan media cetak. Media elektronik meliputi televisi, radio, dan internet, sementara media cetak mencakup majalah, buku, dan sejenisnya. Saat ini, media elektronik, terutama internet, telah menjadi saluran yang paling populer bagi masyarakat untuk mengakses dan berbagi informasi terkait berbagai isu yang berkembang. Keunggulan internet dalam hal kecepatan dan responsifitasnya memungkinkan masyarakat untuk mendapatkan dan memberikan informasi

yang relevan dengan cepat. Media juga berperan penting dalam memajukan masyarakat ke tingkat kreativitas dan kritis yang lebih tinggi.. (Abdul Sohana, 2016).

Pengaruh media massa terhadap kehidupan masyarakat sangat besar. Sama halnya kemampuan media massa dalam membentuk keragaman, media massa memiliki kemampuan untuk menciptakan budaya populer dengan mengubah perilaku dan sikap masyarakat, sehingga menciptakan budaya populer. Perubahan ini terjadi melalui pemberitaan yang disampaikan Secara aktif dan terus-menerus, media massa memiliki potensi untuk menyebabkan perubahan dalam sistem nilai, pemikiran, tindakan, dan kehidupan sehari-hari individu dan masyarakat secara keseluruhan.

Korea telah mengalami pertumbuhan yang pesat dalam hal budaya populer, dan dampaknya telah menyebar ke berbagai negara, termasuk Indonesia. Budaya populer Korea, seperti musik pop Korea atau K-Pop dan drama Korea atau K-Drama, telah berhasil menarik perhatian melalui cara penyajian yang menarik dan tersebar melalui berbagai media di Indonesia. Fenomena ini sering dikenal dengan sebutan Korean Wave atau gelombang Korea, yang mencerminkan pertumbuhan yang cepat dari budaya populer Korea yang memiliki pengaruh global. (Zutrian, 2021)

Para penggemar K-Pop sudah sangat akrab dengan fenomena ini. atau K-Drama, Korean Wave atau Gelombang Korea sudah menjadi hal yang

familiar. Korean Wave atau Hallyu Wave adalah fenomena demam budaya Korea yang telah menyebar ke seluruh dunia atau secara global, menyajikan beragam hiburan dari negara Korea yang dikenal dengan sebutan "Negeri Ginseng".. Meningkatnya popularitas budaya Korea di seluruh penjuru dunia. Korean wave atau *hallyu* merujuk pada kesukaan, bahkan kegilaan global pada budaya Korea. Sejak kapan terjadi peristiwa tersebut? Hal ini didahului dibukanya hubungan diplomatik antara Korea Selatan dan China pada tahun 1992. Music dan drama TV Korea Selatan mulai diekspor ke China dan mendapat sambutan besar.

Budaya Korean Wave sendiri masuk ke Indonesia sudah cukup lama, diawali dengan penayangan Drama Korea yaitu Full House, Winter Sonata hingga Dae Jang Geum, Drama Korea masuk penayangan di TV Indonesia pun sejak sekitar tahun 2000-an. Penyebaran budaya Korea di Indonesia terus berkembang seiring berjalannya waktu. Selain popularitas Drama Korea yang semakin meningkat di Indonesia, budaya musik Korea atau K-pop juga mulai merambah. K-pop mulai masuk ke Indonesia sejak tahun 2011, terutama setelah hadirnya program televisi yang secara mingguan menayangkan musik Korea.

Penyebaran K-pop juga tidak lepas dari peran teknologi di dalamnya, informasi tentang budaya Korea Selatan pun dengan mudah ditemukan di media sosial seperti Youtube, Instagram, maupun Twitter. Dalam proses distribusinya, Korea memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk berinteraksi antara produsen dan konsumen, sehingga dapat membangun basis

Penggemar yang loyal. Penggunaan internet juga memungkinkan distribusi yang lebih efisien dan cepat, yang sangat cocok untuk produk "baru" yang ingin memasuki pasar. (Hennida, 2013)

Korean Pop, atau yang sering disebut K-Pop, merupakan genre musik populer yang berasal dari Korea Selatan. Banyak artis dan grup musik K-Pop telah berhasil melewati batas negara dan meraih popularitas di berbagai negara di luar Korea. Penggemar K-Pop sudah ada di seluruh dunia, dan saat ini K-Pop telah menjadi sesuatu yang umum diketahui oleh banyak orang. Di Indonesia, K-Pop telah mendapatkan popularitas yang besar, dengan banyak grup K-Pop dari Korea Selatan yang sukses memasuki pasar Indonesia. Hal ini juga telah menyebabkan munculnya budaya Fandom, dengan banyak penggemar K-Pop di Indonesia yang membentuk komunitas yang sering disebut sebagai Fandom. Fandom adalah kelompok penggemar yang sangat antusias terhadap seseorang atau sesuatu. Dalam industri K-Pop, Fandom mengacu pada kelompok penggemar yang mengidolakan grup atau idola K-Pop tertentu. Fandom juga merupakan istilah yang digunakan untuk komunitas orang-orang yang memiliki idola dalam grup yang sama. Fandom dibagi menjadi beberapa istilah, dengan istilah "Fangirl" digunakan untuk penggemar wanita, sementara "Fanboy" digunakan untuk penggemar pria..

Kecintaan mereka terhadap idola mereka membuat kelompok penggemar ini terkenal karena kesetiaan yang sangat tinggi. Mereka aktif terlibat dalam mendukung karya-karya yang dibuat oleh idola mereka dan tidak ragu untuk mengeluarkan sejumlah besar uang guna mendukung idola

mereka, seperti membeli album, merchandise, dan bahkan menghadiri konser. Bahka tak hanya itu, terkadang para penggemar juga mengikuti perilaku grup yang di idolakannya, seperti gaya fashion, membeli merchandise yang sama seperti idolanya. Bahkan para penggemar K-Pop pun tak segan menunjukkan bahwa dirinya ialah seorang fans K-Pop dengan memakai berbagai merchandise yang identic dengan idolanya. Banyak orang menganggap penggemar K-Pop terlalu fanatic mengidolakan idolanya, mereka dianggap terlalu berlebihan bahkan terkadang par penggemar pun secara terang-terangan menyatakan rasa suka mereka terhadap idolanya.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini ialah Teori penguatan imitasi (Reinforcement Imitation Theory) menyatakan bahwa terdapat tiga jenis perilaku utama yang sering disebut sebagai imitasi, yaitu: same behavior, copying, dan matched-dependent behavior. Miller dan Dolland (1941) merinci kerangka teori tentang instrumental conditioning dan menyatakan bahwa terdapat tiga jenis perilaku utama yang sering disebut sebagai "imitasi", yaitu same behavior di mana dua individu memberikan respons masing-masing secara independen, tetapi menggunakan cara yang sama terhadap rangsangan lingkungan yang sama..

Metode penelitian yang diterapkan dalam studi ini adalah metode penelitian kualitatif dengan menggunakan teknik analisis data yang menggunakan pendekatan penelitian deskriptif kualitatif.

Berdasarkan kasus diatas maka, peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian terhadap kasus ini dengan judul “Analisis Identitas Visual Budaya K-Pop di Komunitas Penggemar K-Pop di Ponorogo” .

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang maka rumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Apa saja faktor-faktor yang memengaruhi adopsi dan penyesuaian identitas visual budaya K-pop di hashtag #kpopponorogo di media sosial instagram?
2. Bagaimana identitas visual budaya K-pop tercermin dalam media sosial yang dibagikan oleh hashtag #kpopponorogo?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengidentifikasi dan menganalisis bagaimana identitas visual budaya K-pop tercermin dalam konten media sosial yang dibagikan oleh komunitas penggemar K-pop di Ponorogo.
2. Untuk menentukan elemen visual budaya K-pop yang paling dominan dalam konten media sosial yang dibagikan oleh komunitas penggemar K-pop di Ponorogo.

D. Manfaat Penelitian

Membantu kita lebih memahami tentang budaya K-pop: Penelitian ini akan membantu kita untuk lebih memahami tentang identitas visual budaya K-pop dan apa yang membuatnya unik dalam media sosial yang dibagikan oleh anggota komunitas penggemar K-pop di Ponorogo. Hal ini akan memberikan wawasan penting tentang fenomena budaya K-pop.

