

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kemunculan media baru atau bisa disebut dengan *new media* dapat memberikan dampak yang kuat bagi perkembangan teknologi dan media. Dengan melalui teknologi komunikasi seperti smartphone dan computer yang terkoneksi jaringan internet, masyarakat akan lebih mudah mendapatkan informasi tanpa adanya hambatan. Tidak dapat dipungkiri kegiatan manusia juga tak lepas dari produk teknologi komunikasi dan media karena manusia semakin membutuhkan media untuk berkomunikasi dengan orang lain. Kini media komunikasi telah membantu mereka dalam menyampaikan pesan tanpa mempertemukan pihak komunikator dan komunikan.

Kemudahan dalam mengakses media social yang tersedia sangat membantu masyarakat untuk berbagi dan mendapatkan informasi secara instan, sehingga para penggunanya bisa mendapatkan informasi dari mana saja. Dengan kemampuan penyebarannya yang sangat cepat, jumlah teman bisa diakses oleh berbagai pengguna internet atau media social dimana saja. Keunggulan dari keberadaan *new media* ternyata membawa dampak yang positif dan dampak yang negative. Dampak positifnya dari keunggulan *new media* masyarakat bisa dimanjakan dengan fasilitas yang ada untuk berkomunikasi dan mencari informasi yang dibutuhkan. Sedangkan dampak

negatifnya masyarakat bisa mengalami ketergantungan dari keberadaan *new media* tersebut. Seperti contohnya ketergantungan yang tidak bisa lepas pandangan mata seseorang dari smartphone-nya untuk sekedar chattingan atau bahkan membuka social media lainnya.

Media itu sendiri tidak hanya berbentuk media massa dan media elektronik. Seiring dengan berkembangnya teknologi, kini telah banyak bermunculan media baru yang populer seperti media jejaring social Facebook, Instagram, dan Twitter yang saat ini telah digunakan masyarakat berbagai macam usia.

Twitter merupakan media jejaring social yang pada saat ini telah disenangi dan digunakan banyak orang. Twitter sendiri masuk dalam layanan jejaring social *microblogging* yang memberikan fasilitas bagi penggunanya berupa mengirim pesan, membaca pesan, serta menulis dan mempublikasikan aktivitas atau pendapatnya ke dalam bentuk 140 karakter tulisan. Situs media social twitter merupakan sebuah jaringan informasi yang menghubungkan antar penggunanya dengan informasi terbaru tentang hal yang menarik minat mereka dan membahas isu terhangat (*trending topic*) saat itu juga dengan turut berkicau (*tweet*) serta menggunakan tagar (*hashtag*) tertentu. Para pengguna twitter bisa saling diskusi dan bertukar informasi yang sifatnya terbuka sehingga dapat memberikan dampak yang positif. Bahkan setiap harinya para pengguna twitter mendapat inspirasi dari cerita para mutual atau followersnya untuk membantu dunia mereka menjadi lebih baik dengan cara yang berbeda dan tak terduga

Twitter mengalami perkembangan yang begitu cepat dan pesat sehingga bisa meraih popularitas di seluruh dunia. Karena semua orang di dunia ini mulai menggunakan twitter untuk mencari informasi atau hanya sekedar mencari hiburan semata. Tingginya popularitas Twitter telah dimanfaatkan untuk berbagai keperluan dan beberapa aspek, seperti sebagai sarana protes dalam hal apapun, berkampanye politik, sarana sharing tentang pelajaran, sarana hiburan, sarana informasi, dan juga bisa sebagai media komunikasi darurat.

Dengan berkembangnya teknologi internet di berbagai bidang kehidupan manusia, tidak terkecuali aktivitas budaya penggemar atau fandom. Dalam penelitian ini, peneliti akan memfokuskan penggunaan media social Twitter terhadap sikap fanatisme penggemar idola K-Pop iKON. Hal ini didasari tersebarnya Korean Wave di Indonesia melalui berbagai cara yang mudah diakses dari internet dan banyaknya media social yang memudahkan siapapun untuk mengakses informasi yang tersedia dalam berbagai macam bahasa. Korean Wave sendiri merupakan sebuah kebudayaan Korea yang saat ini sedang disukai masyarakat di berbagai dunia. Para penggemar Korean Wave ini tidak hanya dari kalangan remaja, akan tetapi dari anak-anak sampai orang dewasa. Demam Korea yang saat ini paling menarik perhatian adalah genre musiknya yang biasa disebut Korean Pop atau K-Pop.

Pada awalnya, penggemar adalah khalayak mengonsumsi media, produk media, hingga orang-orang atau public figure yang terlibat didalamnya. Aktivitas konsumsi media tidak sekedar menjadi penonton,

tetapi melibatkan emosi dan bertransformasi sebagai sebuah identitas dari khalayak. Selanjutnya, budaya penggemar melahirkan dua model, yakni khalayak yang menyukai (enthusiast) dan penggemar atau fans. Khalayak kategori pertama hanya sebagai penyuka atau pecandu dari sebuah konten media. Mereka tidak seperti penggemar yang benar-benar memiliki ciri khas untuk menjadi seolah-olah atau mengoleksi apa yang digemarinya.

Melalui twitter para penggemar bisa mengungkapkan rasa suka dan antusiasnya kepada sang idola secara terang-terangan dengan menggunakan fasilitas *mention* yang disediakan oleh pihak Twitter dan ditujukan langsung ke akun pribadi sang idola. Mereka dapat membahas banyak hal, mulai dari informasi schedule idolanya, video klip yang dirilis, hingga foto-foto idolanya. Melalui Twitter juga mereka para penggemar dapat dengan bebas mengungkapkan dan mencurahkan isi hati mereka kepada sesama penggemar dengan mempostingnya.

Pengguna media social seperti memiliki kuasa dengan teknologi untuk memproduksi sebuah konten dan mendistribusikannya. Bahkan dalam konteks sang idola menggunakan media social bisa menjadi sarana untuk mendapatkan keuntungan secara materi karena budaya penggemar beroperasi, salah satunya dengan mengonsumsi konten yang diproduksi oleh sang idola sendiri.

Dari pemaparan diatas, peneliti akan mengkaji bagaimana sikap para Penggemar menggunakan Media Sosial Twitter untuk mencari informasi dari idola dan berinteraksi dengan sesama penggemar lainnya. Peneliti tertarik

untuk melakukan penelitian ini dikarenakan banyaknya penggemar iKON yang menggunakan media social twitter sebagai alat komunikasi dengan sang idola dan teman-teman sesama penggemar.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis akan merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana perilaku konsumsi media para penggemar iKON yang tergabung dalam iKONIC di media social Twitter?
2. Bagaimana gambaran pengaruh social perilaku konsumsi media dan bentuk sikap fanatisme saat berkomunikasi dan berinteraksi satu sama lain di media social Twitter?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka penulis memiliki tujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana perilaku konsumsi media para penggemar iKON yang tergabung dalam iKONIC di media social Twitter
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh social perilaku konsumsi media dan bentuk sikap fanatisme saat berkomunikasi dan berinteraksi satu sama lain di media social Twitter

D. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat manfaat sebagai berikut :

a. Manfaat Teoritis

Peneliti berharap dapat memberikan manfaat guna menambah ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan Konsumsi Media dan penggunaan Media Sosial Twitter bagi para penggemar

b. Manfaat Praktis

- 1) Penelitian ini diharapkan menjadi referensi dan wawasan untuk penelitian selanjutnya
- 2) Penelitian ini diharapkan bisa menjadi pengetahuan dan informasi bagi praktisi *new media* untuk memahami perilaku remaja dalam menggunakan media social.

