

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Internet saat ini berkembang begitu pesat, masyarakat kini tidak dapat dipisahkan dengan internet. Segala aktivitas sehari-hari yang dilakukan oleh masyarakat di dunia terhubung menggunakan internet melalui media seperti telepon cerdas, laptop, dan komputer. Telepon cerdas, laptop dan komputer menjadi perangkat yang sering digunakan dan juga menjadi favorit salah satunya karena adanya internet. Internet semakin hari semakin berkembang mulai dari munculnya 3G, 4G hingga 5G, sehingga adanya kemudahan mengakses segala sesuatu yang dapat dicapai hanya melalui internet saja. Internet digunakan salah satunya untuk berkomunikasi serta berinteraksi satu sama lain seperti menggunakan jejaring sosial Line dan Instagram.



Gambar 1.1 Data Pengguna Internet Januari 2016

Sumber : wearesocial.com diakses pada 27 September 2017 pukul 13:44 WIB



Gambar 1.2 Data Pengguna Internet Januari 2017

Sumber : wearesocial.com diakses pada 22 September 2017 pukul 17:49 WIB

Data di atas memperlihatkan perbedaan penggunaan internet Januari 2016 dan Januari 2017 yang meningkat dari 88.10 juta pengguna menjadi 132.7 juta pengguna dengan peningkatan total jumlah populasi yang ada di Indonesia dari 259.1 juta penduduk menjadi 262 juta penduduk. Pada tahun 2017 penggunaan internet mencapai setengah total populasi yang ada di Indonesia. Data ini menunjukkan bahwa adanya peningkatan pengguna internet dari tahun sebelumnya.

Internet merupakan sistem komunikasi global yang berkembang pesat digunakan oleh hampir seluruh masyarakat dunia termasuk di Indonesia. Dengan menggunakan internet, masyarakat global terhubung tanpa harus bertemu secara tatap muka. Internet merupakan bentuk dari globalisasi yang menghilangkan batasan-batasan di dunia. Globalisasi menyebabkan adanya pertukaran budaya, pandangan, serta aspek lainnya melalui media cetak dan media elektronik. Globalisasi menyebabkan pertukaran informasi yang cepat dan mudah sehingga dunia menjadi lebih kecil.

Globalisasi dapat dilihat dari adanya perubahan, pertukaran budaya, serta munculnya fenomena-fenomena baru. Fenomena yang terjadi saat ini bukan hanya didominasi oleh budaya barat namun juga budaya lainnya seperti budaya populer yang berasal dari Asia seperti Jepang, Cina, Taiwan hingga Korea Selatan. Saat ini budaya yang fenomenal salah satunya adalah *Hallyu* atau *Korean Wave* yaitu kecintaan masyarakat dunia pada budaya Korea Selatan. *Hallyu* berkembang terlihat dari berbagai aspek seperti tren *fashion*, makanan, travel, teknologi dan juga *entertainment*. Salah satunya dapat dilihat dari perkembangan pada dunia *entertainment* seperti adanya *K-Pop* dan *K-Drama*. Dimulai dari munculnya lagu-lagu pop generasi pertama tahun 1990-an seperti H.O.T, SES, dan Shinwa yang kemudian diikuti oleh generasi kedua tahun 2000-an seperti TVXQ, Super Junior, BIGBANG. Kemudian munculnya drama-drama seperti *Endless Love* (2000), *Winter Sonata* (2002) dan *Jewel in the Palace* (2003). Hingga *variety show* yang terkenal di seluruh dunia seperti *Infinite Challenge* (2005), *We Got Married* (2008), dan *Running Man* (2010). Tidak hanya berhenti disana, kesuksesan *Hallyu* saat ini semakin meningkat karena *booming* nya *idol-idol* generasi ketiga seperti EXO, BTS, Red Velvet, dan juga drama-drama seperti *Descendant of the Sun* (2016), *Goblin* (2016), dan *Replay 1988* (2016) yang juga menjadi perhatian masyarakat dunia.

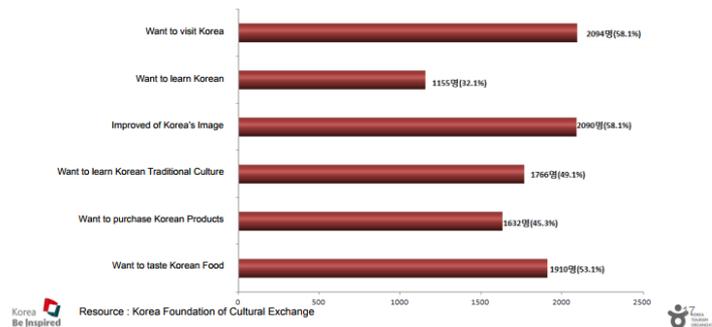
Dampak yang ditimbulkan oleh *Hallyu* sangat banyak, seperti data survei *Hallyu Image* tahun 2013 yang dikeluarkan oleh *Korea Foundation of Cultural*

*Exchange* yang memperlihatkan bahwa dengan adanya *Korean Wave*, orang-orang menjadi ingin untuk mengunjungi Korea Selatan, memperbaiki citra Korea, ingin mencoba makanan Korea Selatan serta beberapa alasan lainnya.

### 3. Hallyu Image Survey

#### ★ Hallyu induced tourism

- 'Induced visit', 'Improved image of Korea', 'Korean Cuisine Experience' ranked 1<sup>st</sup> to 3<sup>rd</sup>
- (Western Region) Korea related 'Product Purchase', 'Experience Traditional Culture',
- had impacted image enhancement



**Gambar 1.3** Survei *Hallyu Image* 2013

Sumber : <http://www.aianta.org> diakses pada 27 September 2017 pukul 16:10 WIB

*K-Pop (Korean Pop)* berkembang di seluruh negara salah satunya disebabkan oleh maraknya penggunaan telepon cerdas dan mudahnya akses informasi melalui internet di seluruh dunia. Dengan adanya telepon cerdas, penggemar mendapatkan informasi yang lebih banyak mengenai budaya Korea Selatan. Pengemasan yang baik oleh Korea Selatan dalam mengembangkan industri hiburannya menarik perhatian *netizen* sehingga perkembangan *K-Pop* di dunia sangat pesat termasuk di Indonesia. “Virus budaya kontemporer Hallyu yang mengakibatkan “demam Korea” sudah menginfeksi Indonesia dalam satu dasawarsa terakhir”<sup>1</sup>.

Di Indonesia, *Hallyu* mulai masuk melalui *K-Drama* dan *K-Pop*. Diawali dengan penayangan drama-drama seperti *Endless Love*, *Winter Sonata*, *Stairway to Heaven*, dan *Full House* yang tayang di televisi menjadi awal munculnya *Korean Fever* (demam Korea) di Indonesia. Dimulai dari penayangan drama *Endless Love* dan *Winter Sonata* yang tayang pada tahun 2002, kemudian diikuti dengan drama-drama korea lainnya. Selanjutnya yaitu *K-Pop (Korean Pop)* yang merupakan musik

<sup>1</sup> Tribunlampung.co.id, 2011, “Perilaku remaja Indonesia berkiblat ke Korea”, pada tanggal 4 November 2017 pukul 13:46 WIB

pop berasal dari Korea Selatan bergenre musik Hip Hop, Pop, Rock, R&B dan Elektrik yang ditampilkan oleh *boyband* dan *girlband* seperti TVXQ, Super Junior, dan SNSD. Pada awalnya ketertarikan ini dimulai dari *soundtrack* drama yang di populerkan oleh *boyband* dan *girlband* Korea Selatan.

Industri hiburan didukung oleh negaranya yang siap membantu menjalin kerjasama dengan negara-negara lainnya, kerjasama dalam industri hiburan dan juga kerjasama antara pemerintahan Korea Selatan dengan negara lainnya seperti antara Korea Selatan dan Indonesia pada bulan September hingga Oktober 2017.



**Gambar 1.4 Bentuk Kerjasama Pemerintah Korea Selatan dan Pemerintah Indonesia**

*Sumber* : <http://id.korean-culture.org> diakses pada 27 September 2017 pukul 00:22

WIB

Kerjasama ini sebelumnya pernah dilakukan pada tahun 2016 oleh pemerintah Korea Selatan (Korean Cultural Center Indonesia yang merupakan organisasi kebudayaan Korea yang berada di bawah Kedutaan Besar Republik Korea untuk Indonesia dan Kementerian Kebudayaan, Olahraga dan Pariwisata Republik Korea) yang menjalin kerjasama dengan Pemerintah Indonesia (Badan Ekonomi Kreatif Indonesia) yaitu Korea Festival 2016 yang bertema “Experiencing Creative Korea” Korea Festival menjadi sarana memperkenalkan kebudayaan Korea di Indonesia, kerjasama ini terus berlanjut karena adanya antusias dari penggemar di Indonesia pada budaya dan dunia hiburan Korea Selatan.

Penggemar yang menyukai *K-Pop*, *K-Drama*, film dan budaya Korea Selatan sering disebut sebagai *K-Lovers* atau *K-Popers*. *K-Popers* sendiri biasanya diartikan sebagai penggemar yang menyukai musik-musik pop asal Korea Selatan, namun

terkadang orang-orang yang menyukai drama, *variety show* dan yang lainnya juga dianggap sebagai *K-Popers*.

*Kpopers* Indonesia memiliki antusias yang besar sama dengan *Kpopers* di negara lainnya hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia terpapar oleh *Korean Wave*. Seperti saat konser Super Junior tahun 2012, “Suju membuat ELF histeris dan merasakan suasana magis saat tampil membawakan lagu yang memang diciptakan sebagai lagu identitas mereka, “Superman”. Ketika Suju muncul di atas panggung, teriakan histeris sekitar 10 ribu ELF seakan membuat MEIS yang pembangunannya belum sempurna hampir roboh”.<sup>2</sup> Kemudian antusias lain *K-Popers* Indonesia dapat dilihat pada acara *Music Bank* yang dilaksanakan pada 2 September 2017 yang lalu, “Antusias para *K-popers*, sebutan bagi penyuka musik Korea, terlihat dari banyaknya orang yang mulai mengantre bahkan berjam-jam sebelum acara dimulai.”<sup>3</sup> selanjutnya pada acara ‘Countdown Asian Games 2017’ penggemar SNSD terutama Hyeoyon terlihat antusias, “Terlihat para penggemar sangat antusias melihat *idolnya* di atas panggung. Selain berteriak nama Hyoyeon berkali-kali, mereka juga tak ingin melupakan momen ini dengan merekam penampilan Hyoyeon lewat telepon genggam masing-masing”, begitu juga dengan penggemar Taeyeon “Para penonton yang memang kebanyakan SONE (sebutan fans SNSD) itu pun *sing a long* ketika Taeyeon bernyanyi. Mereka juga berkali-kali memanggil nama Taeyeon. Meski saat sampai di Bandara Soekarno Hatta sehari sebelumnya, Taeyeon sempat terkena insiden gara-gara banyak fans yang menjemputnya hingga terjatuh namun Taeyeon tetap memuaskan para penggemarnya yang datang di Monas.”<sup>4</sup>

Perkembangan *Korean Wave* di Indonesia tidak dapat terlepas dari adanya perkembangan infrastruktur yang baik seperti adanya internet. Internet memberikan informasi seluas-luasnya kepada penggemar budaya Korea untuk dapat mencari dan menemukan serta berbagi informasi. Salah satu bentuk dari perkembangan yang signifikan dari internet adalah adanya aplikasi V Live.

---

<sup>2</sup> Wowkeren, 2012, “Dibalik Hebohnya Konser ‘Super Show 4’ Super Junior di Indonesia”, diakses dari <http://www.wowkeren.com/berita/tampil/00019834.html>, pada tanggal 27 September 2017 pukul 23:58 WIB

<sup>3</sup> Rappler, 2017, “Suguhan musik K-pop terbaik dalam ‘Music Bank in Jakarta 2017’”, diakses dari <https://www.rappler.com/indonesia/gaya-hidup/181003-musik-k-pop-music-bank-in-jakarta-2017>, pada tanggal 27 September 2017 pukul 01.41 WIB

<sup>4</sup> Rahmi Safitri, 2017, “Hyoyeon Pakai Merah Putih, Taeyeon Tetap Memukau Meski Sempat Ada Insiden di Bandara”, diakses dari <https://www.kapanlagi.com/showbiz/asian-star/hyoyeon-pakai-merah-putih-taeyeon-tetap-memukau-meski-sempt-ada-insiden-di-bandara-15c7ac.html>, pada tanggal 29 September 2017 pukul 3:49 WIB

Aplikasi V Live menjadi fenomena dikalangan *K-Popers* karena fiturnya yang dapat menghubungkan *idol* dengan penggemarnya secara langsung dan juga memiliki fitur terjemahan yang jarang ditemukan sebelumnya. V Live merupakan aplikasi yang diluncurkan oleh *NAVER Corporate* yang dirilis pertama kali pada bulan April 2015. V Live adalah sebuah aplikasi yang dikembangkan dari kerjasama antara perusahaan industri hiburan dengan *NAVER Corporate*. V Live merupakan sebuah aplikasi yang menampilkan *personal video broadcasting idol* Korea Selatan yang dapat diakses di telepon cerdas dan juga perangkat lainnya seperti komputer dan laptop. Kemunculan aplikasi V Live memberikan warna tersendiri dengan menampilkan *idol* Korea Selatan secara eksklusif dan memperlihatkan aktivitas-aktivitas yang sedang dilakukan oleh *idol* Korea Selatan. Aplikasi ini mempertemukan antara *idol* dengan penggemarnya secara virtual. Seluruh penggemar dapat mengakses aplikasi tersebut bukan hanya penggemar yang berada di Korea Selatan namun juga di seluruh dunia. Aplikasi ini menciptakan interaksi yang interaktif antara *idol* Korea Selatan dengan penggemarnya. Di awal peluncuran aplikasi ini memiliki *Channels* sebanyak 25 grup *K-Pop* yang bergabung seperti BIGBANG, Beast, dan GOT7. Hingga saat ini V Live telah memiliki 584 *Channels idol* Korea Selatan sebagai pengguna aplikasi ini, tiga pengikut *idol* teratas pada Juni 2017 yaitu BTS, BIGBANG dan EXO. Masing-masing memiliki pengikut kurang lebih 5,1 juta, 3,7 juta dan 3,7 juta *followers*.

Dalam Google Play, aplikasi V Live telah mencapai sepuluh juta download serta mendapatkan 4,3 bintang dari kurang lebih dua ratus lima puluh ribu penggunanya. Hal ini menandakan bahwa adanya ketertarikan yang tinggi dari dunia hiburan Korea Selatan. Aplikasi ini memiliki tampilan yang menarik bagi penggunanya. Tampilan video yang juga menyesuaikan keinginan penggemar adalah salah satu kelebihan dari aplikasi ini, dimana pengguna dapat memilih kualitas dari video yang ingin dilihatnya, kualitas video dari yang terendah hingga tampilan video HD. *K-Popers* biasanya memilih menggunakan tampilan HD menggunakan *wifi* agar terlihat jelas *idol* yang akan ditontonnya.



**Gambar 1.5 Tampilan Aplikasi V Live**

*Sumber* : Google Play diakses pada 2 Juli 2017 pukul 7.25 WIB

Aplikasi V Live merupakan sebuah fenomena yang besar dalam perkembangan *Hallyu* di seluruh dunia. Aplikasi ini menghilangkan batasan-batasan yang ada karena letak geografis yang jauh antara *idol* dengan penggemar yang berada diluar Korea Selatan. Terdapat banyak *video platform* sebelumnya yang tersebar namun untuk beberapa negara biasanya tidak tersedia, saat ingin menonton penggemar biasanya mendapatkan pemberitahuan “*the video is not available in your country*” karena hanya dapat diakses di negara-negara tertentu saja. Tidak adanya kesempatan yang banyak bagi penggemar untuk berinteraksi dengan *idolnya* menjadi sebuah peluang yang besar bagi aplikasi V Live berkembang dengan pesat hanya dalam kurun waktu dua tahun. V pada V Live diambil dari simbol damai yang sering digunakan oleh orang Korea Selatan dalam berinteraksi serta khas mereka saat berpose untuk berfoto. Simbol ini juga dianggap sebagai simbol yang universal dan dapat dimengerti oleh setiap *netizen*.

Berbeda dari konten-konten yang biasa didapatkan oleh penggemar di website atau aplikasi lain, V Live menghadirkan konten seru yang belum pernah didapat oleh penggemar di situs-situs seperti Youtube, terdapat fitur obrolan *real-time* memberikan pengalaman yang mengesankan bagi penggemar serta *idol* dimana adanya komunikasi yang interaktif diantara keduanya. Penggemar dapat menanyakan kabar dan jika beruntung akan disapa oleh *idol* mereka. Biasanya para *idol* memiliki sebuah tema yang ingin dibahas sebelum melakukan V Live, namun beberapa ada

yang hanya ingin menyapa penggemarnya. Aplikasi V Live bukan hanya menampilkan *self camera* dari *idol* namun terkadang juga di liput seperti sebuah acara di televisi. Misalnya EXO *tourgram* yang ditampilkan di aplikasi V Live namun tidak adanya interaksi dengan penggemar. Begitu juga dengan beberapa konser yang dilakukan oleh *idol* Korea Selatan, *comeback* ataupun *talkshow*.

Banyak yang menganggap bahwa aplikasi ini merupakan terobosan terbaru yang dilakukan oleh Korea Selatan dalam menjembatani penggemar dengan *idol*, respon yang didapat oleh aplikasi ini sangat positif, tidak hanya di Korea Selatan namun juga di berbagai negara termasuk Indonesia. Budaya *live streaming* ini berkembang, salah satunya mulai bermunculan aplikasi yang menggunakan *live streaming* seperti instagram dan Bigo Live pada 2016 sebagai sebuah tren masa kini. Kini banyak aplikasi yang menggunakan *live streaming* sebagai salah satu konten yang digunakan untuk menarik perhatian *netizen*. Tren yang tercipta dari aplikasi V Live ini banyak diaplikasikan juga oleh beberapa aplikasi lainnya seperti memberikan ‘hati’ sebanyak-banyaknya pada orang yang sedang melakukan *live streaming*.

Perilaku yang ditunjukkan oleh *K-Popers* berbeda dengan perilaku yang biasa dilakukan oleh penggemar budaya yang berasal dari negara lain seperti Jepang, Thailand, dan budaya lainnya. Misalnya budaya *otaku* di Jepang yang berhubungan erat dengan *anime*, *manga*, *game* dan lainnya. Bahkan penggemar *otaku* tersebut mengaku bahwa dirinya adalah *otaku*. Beberapa penggemarnya sulit dan tidak dapat membedakan antara dunia nyata dan dunia fiksi. Penggemar budaya ini hampir setiap hari membaca *manga* atau menonton *anime*, atau melakukan *cosplay* menggunakan kostum dari tokoh-tokoh fiksi yang diidolkannya dan berkumpul untuk mengadakan acara seperti komunitas *cosplay*. Tidak hanya di dunia nyata, penggemar *otaku* juga membangun komunitas *online* untuk saling berkomunikasi dan berinteraksi satu sama lainnya misalnya komunitas *game otaku* yang menyukai permainan yang disajikan dalam bentuk *anime*.

Kemudian budaya penggemar Thailand, yang memasang dua artis yang disukainya sehingga terbentuknya istilah Koo-Jin (Pasangan fantasi), Koo-Fin (Pasangan dari cinta lokasi), dan Koo-Dream (Pasangan impian). Koo-Jin merupakan pasangan fantasi yang diinginkan penggemar biasanya merupakan pasangan pemeran utama drama Thailand, Kemudian Koo-Fin merupakan pasangan yang awalnya dijodoh-jodohkan oleh penggemar, yang akhirnya cinta lokasi. Sedangkan Koo-

Dream berbeda dengan Koo-Jin dan Koo-Fin dimana hal ini disebut sebagai pasangan palsu atau pasangan 'settingan' oleh penggemar *idol* di Thailand. Penggemar budaya ini biasanya mendatangi acara *variety show* atau datang ke lokasi *shooting* dari *idolnya*, mereka juga membuat *banner*, poster dan lainnya untuk mendukung *idolnya*, untuk berkomunikasi dengan sesama penggemar, biasanya mereka masuk kedalam *fansclub* yang menyukai budaya itu. Penggemar budaya pasangan di Thailand ini juga terlihat pada dunia maya, penggemar membuat video yang memperlihatkan kedekatan antara *idolnya*, atau juga membuat komunitas secara *online* agar tidak tertinggal informasi seperti jadwal serta aktivitas *idol* mereka.

Perilaku *K-Popers* yang menyukai *boyband*, *girlband* ataupun *soloist* beragam, ada yang biasa saja, penggemar fanatik, ataupun penggemar yang sangat tergila-gila pada *idolnya*. Penggemar yang tergila-gila di Korea Selatan disebut sebagai *sasaeng* dimana diartikan sebagai hal yang negatif seperti *stalker*. *Sasaeng fans* biasanya melewati batasan sebagai seorang penggemar, mereka mengganggu *idolnya* hingga pada privasi *idol*. Seperti meletakkan CCTV pada boneka yang mereka berikan, menelepon berulang kali, mengikuti mobil *idol* mereka kemana saja, mencuri barang-barang *idol* mereka hingga membahayakan nyawa sang *idol*. Pada situs *online*, *sasaeng fans* biasanya meretas akun milik sang *idol* karena didorong oleh motif yaitu berharap untuk diperhatikan dan dikenal, membeli nomor *handphone idol* pada situs *fan cafe*, kemudian menyebarkan komentar-komentar buruk orang-orang dekat sang *idol* yang mereka tidak sukai hingga mengancam orang-orang tersebut.

Motif awal dari *K-Popers* secara umum biasanya adalah untuk mendukung *idolnya* dengan cara membeli album, datang ke acara musik yang diadakan, *streaming* pada situs online, meninggalkan komentar yang baik, memberikan *like* sebanyak-banyaknya, sedangkan *K-Popers* yang berada diluar Korea Selatan pada umumnya bukan hanya membeli album namun juga melakukan *streaming* di Youtube atau *iTunes* agar memperoleh *viewers* dan pendengar sebanyak-banyaknya serta memberikan *voting* pada acara perayaan akhir tahun untuk mendapatkan *daesang* (penghargaan terbesar). Berbeda dengan *K-Popers* yang menyukai artis atau aktor dari drama, *variety show* dan *reality show*, mereka akan memberikan dukungan seperti membagikan kopi serta *snack* kepada kru yang bertugas, selain untuk mendukung, hal itu dilakukan oleh para penggemar agar kru yang bertugas memperlakukan artis atau aktor yang mereka gemari dengan baik, biasanya dana yang didapat oleh *fanbase* dari donasi *K-Popers* yang didapat melalui media online.

*K-Popers* menggunakan media sosial dalam berinteraksi, terutama *K-Popers* yang berada diluar Korea Selatan karena jarak yang jauh dengan *idol* mereka. Media sosial menjadi tempat untuk *K-Popers* berinteraksi dengan sesama *K-Popers* dan juga *idol* mereka untuk mengetahui aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh *idol* mereka seperti *schedule* yang akan datang, acara yang dihadiri oleh *idolnya*, serta *update* terbaru *idol* mereka. *K-Popers* juga berinteraksi serta melakukan komunikasi yang sering walaupun hanya sekedar menyapa dengan *K-Popers* lainnya untuk membangun hubungan yang lebih erat seperti meninggalkan komentar pada akun-akun *fanbase* yang menyajikan berita terbaru *idol* mereka atau saling berbagi informasi terbaru dengan *K-Popers* lainnya melalui media sosial agar tidak ketinggalan informasi.

*Kpopers* Indonesia juga mewujudkan bentuk antusiasnya serta memberikan dukungannya dengan cara membeli album *idolnya*, pergi ke acara *fansign* yang mana mereka mendapat kesempatan untuk berbicara langsung dengan sang *idol*, menghadiri konser-konser *idolnya* didalam maupun diluar negeri untuk dapat berinteraksi lebih dekat dan secara langsung. Kemudian selain itu biasanya *Kpopers* mengadakan *gathering*, *cover dance*, *roleplay* dan mengadakan donasi-donasi yang mengatasnamakan *idol* mereka untuk mendukung *idol* mereka dari jauh dan juga untuk menjalin hubungan serta terjalinnya komunikasi yang baik dengan sesama *Kpopers*. Selain itu, *Kpopers* Indonesia yang berada jauh dari pusat kota seperti Jakarta, Medan, dan Yogyakarta biasanya akan dibantu oleh *Kpopers* yang berada di kota itu untuk mencari akomodasi bagi *Kpopers* yang ingin menghadiri acara tersebut. Kemudian biasanya ada *Kpopers* yang menyicil dan menabung pada salah satu *K-popers* yang bersedia mengumpulkan dana sebelum acara seperti konser dan *fansign* karena tidak memiliki ketidaksediaan dana langsung.

Bentuk lain dari memberikan dukungan, untuk mengikuti aktivitas serta interaksi dengan *idol* mereka, *K-Popers* menggunakan aplikasi V Live. Aplikasi V Live mendorong penggemar untuk mengunduh aplikasi ini. Aplikasi ini menjadi *booming* karena salah satu keuntungan bagi penggemar yang tidak mengerti Bahasa Korea adalah aplikasi ini menyediakan *subtitle* yang dalam berbagai bahasa seperti Bahasa Inggris, Jepang, termasuk Bahasa Indonesia sehingga memudahkan penggemar mengerti apa yang diucapkan oleh *idolnya* walaupun di saat siaran langsung *subtitle* tersebut biasanya akan terlambat beberapa detik. *K-Popers* yang berada diluar Korea Selatan yang tidak mengerti Bahasa Korea dapat memahaminya melalui terjemahan tersebut. Sehingga penggemar tidak perlu menunggu terjemahan

dari penggemar yang mengerti Bahasa Korea untuk menterjemahkannya terlebih dahulu.



**Gambar 1.6 Tampilan Aplikasi V Live Menggunakan *Subtitle***

Sumber : Aplikasi V Live diakses pada 2 Juli 2017 pukul 5:56 WIB

Beberapa motif yang mengawali *K-Popers* untuk meninggalkan komentar yaitu untuk menyapa atau memuji *idol* mereka melalui kolom komentar dan berharap bahwa *idol* mereka melihat dan merespon komentarnya atau hanya menekan tombol *love* sebanyak-banyaknya. Aplikasi V Live mendapat apresiasi yang tinggi dari seluruh penggemar bukan hanya yang berada di Korea Selatan namun juga di seluruh dunia karena tidak hanya menampilkan *personal video broadcasting* namun juga menampilkan berbagai acara yang ditunggu-tunggu setiap tahun oleh seluruh penggemar seperti acara Golden Disc Award, Asia Song Festival, Asia Artist Awards, MAMA, Korea Drama Awards dan masih banyak lagi yang lainnya. Malam penghargaan tersebut dinantikan karena merupakan malam apresiasi bagi para *idol* setelah bekerja keras dalam drama, acara atau pun aktivitas lainnya. Aplikasi V membantu penggemar yang ingin menonton acara-acara tersebut karena biasanya sulit bagi penggemar untuk mencari *platform* yang menampilkan acara tersebut secara langsung.

Tidak dapat dipungkiri bahwa aplikasi V Live menjadi aplikasi favorit bagi para penggemar *K-Pop*, salah satunya yaitu *K-Popers* asal Indonesia. *K-Popers* Indonesia juga tidak ingin ketinggalan, terbukti adanya antusias yang besar dari *K-Popers* Indonesia sehingga pada konten *subtitle* di aplikasi V terdapat Bahasa Indonesia sebagai salah satu bahasa terjemahannya. *K-Popers* Indonesia juga tidak jarang meninggalkan komentar pada *live streaming* yang dilakukan oleh *idol* Korea

Selatan dan berharap untuk dibaca oleh *idolnya*. Beberapa ada yang menggunakan Bahasa Korea, Bahasa Inggris dan ada juga menggunakan Bahasa Indonesia, walaupun *idol* tersebut tidak mengerti penggemar merasa senang saat mengirimkan komentar tersebut.

*K-Popers* Indonesia dalam aplikasi V Live biasanya mengirimkan komentar seperti “Oppa, say hai to Indonesia” atau sekedar mengatakan “Oppa, Saranghae” serta menekan tombol *love* sebanyak-banyaknya. Dalam pra penelitian penulis menemukan bahwa adanya *K-Popers* Indonesia yang merasakan saat *idolnya* melakukan *live* seperti mereka sedang melakukan *videocall*. Mereka merasa sedang berbicara langsung dengan *idolnya* salah satunya karena ada ikon *live* pada saat *streaming*. Selain itu, saat *streaming* mereka juga sesekali histeris dan tertawa senang, menyebutkan kata-kata seperti “daebak”, “omo”, “jinjja” dan sebagainya. Jika ketinggalan siaran langsung yang diadakan oleh *idolnya*, beberapa *K-Popers* merasa sedih karena tidak melihat siaran tersebut secara langsung, walaupun siaran itu nantinya dapat dilihat kembali setelah *live video* berakhir.

Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi dengan metode kualitatif. Creswell (2014: 105) mengatakan bahwa fenomenologi memaparkan pemaknaan umum dari sejumlah individu terhadap berbagai pengalaman hidup mereka terkait dengan konsep atau fenomena.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada aplikasi yang dibuat oleh *NAVER Corporate* yaitu V – Live Video Broadcasting yang dijadikan objek penelitian. Aplikasi V Live ini dipilih karena merupakan aplikasi obrolan *real-time* yang fenomenal dimana penggemar dan *idol* dapat berinteraksi melalui *live streaming*, penggemar yang dapat menggunakannya bukan hanya penggemar asal Korea Selatan namun juga penggemar yang berada diluar Korea Selatan. Sehingga penggemar yang berada diluar Korea Selatan tidak akan ketinggalan dengan aktivitas-aktivitas yang dijalankan oleh *idol* mereka. Adanya penggunaan teknologi untuk menghubungkan interaksi secara virtual ini menjadi landasan proses komunikasi antara Aplikasi V Live dengan penggunanya. Karena antusias *K-Popers* serta adanya interaksi sosial yang dibangun menggunakan media baru inilah peneliti tertarik untuk mengamati bagaimana perilaku komunikasi *K-Popers* pada aplikasi V – Live Video Broadcasting dalam interaksi sosial, maka penelitian ini berjudul **“Studi Fenomenologi Perilaku Komunikasi *K-Popers* Dalam Interaksi Sosial Melalui Aplikasi V – Live Video Broadcasting”**.

## 1.2 Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus pada penggemar yaitu K-Popers dan *idolnya* yang berasal dari Korea Selatan serta bagaimana Perilaku Komunikasi *K-Popers* dalam Interaksi Sosial melalui Aplikasi V – Live Video Broadcasting serta motif yang mendasari perilaku komunikasi *K-Popers* dalam Interaksi Sosial melalui Aplikasi V – Live Video Broadcasting sebagai batasan masalah yang akan diteliti.

## 1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, peneliti membuat identifikasi masalah berupa pertanyaan penelitian terkait perilaku komunikasi *K-Popers* dalam interaksi sosial melalui Aplikasi V – Live Video Broadcasting.

1. Bagaimana motif yang mendasari perilaku komunikasi *K-Popers* dalam interaksi sosial melalui Aplikasi V – Live Video Broadcasting?
2. Bagaimana perilaku komunikasi *K-Popers* dalam interaksi sosial melalui Aplikasi V – Live Video Broadcasting?

## 1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana motif yang mendasari perilaku komunikasi *K-Popers* dalam interaksi sosial melalui Aplikasi V – Live Video Broadcasting
2. Untuk mengetahui bagaimana perilaku komunikasi *K-Popers* dalam interaksi sosial melalui Aplikasi V – Live Video Broadcasting

## 1.5 Kegunaan Penelitian

1. Aspek Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan pengetahuan ilmu komunikasi dalam industri media serta menambah kajian studi komunikasi terkait dengan perilaku komunikasi.

2. Aspek Praktis

- a. Bagi Akademisi

Penelitian diharapkan dapat menjadi rujukan informasi untuk melakukan penelitian selanjutnya yang serupa.

b. Bagi Masyarakat dan Pelaku Media

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan pengetahuan dan gambaran tentang media baru terutama kaitan antar media berbasis internet dengan perilaku komunikasi.

## 1.6 Tahapan Penelitian

Tahapan penelitian merupakan proses yang dilakukan oleh peneliti. Tahapan yang dilakukan peneliti dalam melakukan penelitian adalah:

1. Penentuan dan Pengajuan Tema Penelitian

Penentuan tema merupakan langkah awal yang dilakukan peneliti sebelum melakukan penelitian. Peneliti mengambil *new media* yang menggunakan aplikasi V Live sebagai tema penelitian. Setelah pemilihan tema peneliti menentukan siapa yang akan diteliti sesuai dengan tema. Kemudian setelah dipilihnya tema dan permasalahan yang akan dibahas, peneliti menentukan judul yang akan dipilih.

2. Observasi Awal

Pada tahap observasi awal, peneliti mencari informasi terkait tema dan judul yang peneliti pilih yaitu siapa dan apa yang akan diteliti oleh peneliti. Setelah itu peneliti mencari informan yang mendukung untuk diwawancara terkait dengan perilaku komunikasi *K-Popers* dalam interaksi sosial melalui Aplikasi V – Live Video Broadcasting.

3. Pelaksanaan Penelitian

Pada saat pelaksanaan penelitian, peneliti melakukan tahap awal yaitu wawancara mendalam (*in-depth interview*) serta melakukan dokumentasi dengan mengumpulkan data berupa foto serta tampilan dari aplikasi V Live.