

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Musik populer asal Korea (K-pop) yang kini dinikmati oleh berbagai negara, dan K-pop perlahan maju ke panggung internasional pada akhir 1990-an (Ryu et al., 2020). Sudah lebih dari satu dekade berlalu sejak K-pop dan *Korean Wave* mendapat banyak perhatian yang menyeluruh (Shim, 2006). Fedorenko (2017) menyebutkan bahwa selebritas Hallyu (seperti *NCT*, *Seventeen*, *Blackpink*, dan *BTS*) adalah perwakilan dari Korea secara nasional dan diharapkan memiliki hubungan yang baik dengan penonton luar negeri (internasional). Istilah “K-pop” paling sering digunakan untuk merujuk pada musik populer yang berakar dari Korea Selatan (Liu, 2023).

Saat ini, semua konten budaya Korea, termasuk K-Drama, K-pop, K-Food, K-Fashion, dan K-Films, yang juga disebut sebagai Hallyu atau '*Korean Wave*', telah mendapatkan popularitas di seluruh dunia, khususnya melalui K-drama (Bang et al., 2021). Di luar K-drama, K-pop telah memperluas jangkauan pasarnya secara internasional, di mana proses globalisasi ini sering dikaitkan dengan kesuksesan besar lagu *Gangnam Style*, hit dance-pop dari Psy yang dirilis pada tahun 2012 (Nguyen, 2020). Sejak saat itu, industri musik Korea kini telah mengalami transformasi yang signifikan dengan menggabungkan berbagai genre yang dipengaruhi secara global seperti hip-hop, R&B, reggae, rock, dan musik tarian elektronik, sambil tetap mempertahankan akar musik tradisional Korea (Nguyen, 2020). Menurut Gellel (2013) musik memungkinkan pendengarnya untuk membentuk serta mengembangkan emosi dan sikap yang positif. Sebagai kekuatan pemersatu di pasar global, K-pop menjadi contoh nyata dari kekuatan ini, dengan pertumbuhannya yang pesat secara signifikan membentuk perkembangan budaya dan ekonomi Korea Selatan (Ryu et al., 2020). Namun, seiring meningkatnya jumlah artis dan promosi K-pop, menghitung jumlah penggemar K-pop secara global dengan akurat tetap menjadi tantangan (Laffan, 2021).

Ketika budaya K-pop menjadi populer di seluruh dunia, para penggemar menjadi pihak yang paling perlu mendapatkan perhatian dan kepedulian (Liu, 2023). Daya tarik K-pop yang tersebar luas sebagian besar disebabkan oleh konsep “budaya fandom yang bersatu” yang menggambarkan rasa kebersamaan yang kuat di antara para penggemar, dan terkadang juga antara penggemar dan idola mereka, yang terbentuk melalui komunikasi yang erat (King-O’Riain, 2021; Xia, 2024; Choi, 2024). Ketika kebutuhan penggemar akan kasih sayang dan rasa memiliki dipenuhi oleh artis favorit mereka, mereka cenderung lebih aktif dalam kegiatan fandom, mengembangkan keinginan untuk mendapatkan pengakuan sosial atau validasi, dan pada akhirnya merasakan kebahagiaan melalui pencapaian pribadi (Choi, 2024).

Sebuah studi oleh Jaimangal-Jones (2014) menunjukkan bahwa penelitian mengenai acara konser umumnya berfokus pada pengalaman dan motivasi pengunjung, yang dapat sangat beragam dan kompleks. Salah satu motivasi utama dalam menghadiri konser K-pop adalah keinginan penggemar untuk mengekspresikan kekaguman mereka terhadap artis favoritnya (Malik & Haidar, 2023). Seperti yang ditegaskan oleh Colombo & Marques (2020), pemahaman terhadap motivasi ini membantu penyelenggara acara menyusun strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran dengan memahami audiens secara lebih mendalam. Motivasi menjadi dasar dalam meningkatkan kualitas pengalaman konser, karena dengan mengidentifikasi motivasi kelompok sasaran, harapan penggemar dapat dipenuhi dengan lebih baik (Colombo & Marques, 2020). Dalam penelitian ini, pengalaman dan motivasi merupakan dua konsep yang saling terkait erat dan memerlukan kajian mendalam karena sifat hubungan keduanya yang kompleks. Mulder & Hitters (2021) mencatat bahwa meskipun motivasi tidak dapat diamati secara langsung, konsep ini tetap penting untuk memahami perilaku dan pengalaman audiens.

Pengunjung acara sangat menghargai pengalaman subjektif, suasana, dan keseluruhan nuansa dari sebuah konser (Colombo & Marques, 2020). Aspek pengalaman ini menjadi sangat penting bagi penyelenggara acara yang ingin mengoptimalkan dan memastikan keberhasilan acara mereka. Selain itu, interaksi

antara penggemar dan artis memainkan peran penting dalam konser, sebagaimana dijelaskan oleh Harmon & Dox (2016) bahwa interaksi semacam itu dapat menciptakan pengalaman positif yang menghasilkan kebahagiaan nyata bagi penggemar. Pengalaman acara yang berkesan, seperti menghadiri konser untuk pertama kalinya, sering kali membangkitkan perasaan takjub, emosi yang sulit dijelaskan dan ditandai oleh sensasi tubuh, perasaan akan kebesaran, dan kebingungan (Swarbrick & Vuoskoski, 2023). Musik merupakan pemicu rasa takjub yang sangat kuat, terutama jika didengar dengan volume tinggi dalam suasana yang imersif (Bannister & Eerola, 2023). Rasa takjub ini umum muncul pada momen-momen megah seperti konser (Bai et al., 2017), dan secara fisiologis diekspresikan melalui raut wajah seperti alis yang terangkat, mata membesar, dan rahang yang menganga (Monroy & Keltner, 2023).

Konser bertumbuh secara pesat sebagai fenomena budaya dan wisata, mengingat banyak penggemar yang harus melakukan perjalanan untuk menghadiri pertunjukan tersebut (Cai, 2024; Lashua et al., 2014). Mereka tidak hanya mengeluarkan biaya untuk tiket konser, tetapi juga untuk akomodasi, transportasi, serta kebutuhan perjalanan lainnya. Kehadiran penggemar dari mancanegara turut memberikan dampak yang lebih besar, mengingat biaya perjalanan internasional umumnya lebih tinggi dibandingkan perjalanan domestik. Oleh karena itu, pemerintah sebaiknya memanfaatkan potensi ekonomi dari penyelenggaraan konser dengan mendukung tur artis, serta mengawasi berbagai aspek penyelenggaraan konser, termasuk pengelolaan harga tiket dan sistem keamanan (Cai, 2024).

Terdapat beberapa penelitian yang menganalisis motivasi dan pengalaman dalam menghadiri konser musik. Seperti pada penelitian Onderdijk et al. (2023) menekankan bahwa keunikan pengalaman dan keterhubungan dengan artis merupakan motivasi utama kehadiran dalam konser. Namun, studi tersebut tidak secara spesifik membahas motivasi dan pengalaman yang berkaitan dengan konser K-pop. Demikian pula, J. Harmon & Scott (2017) meneliti pengalaman pasca-konser tanpa mengeksplorasi pengalaman penggemar secara menyeluruh. Penelitian Nicholson & Pearce (2001) menyatakan bahwa masih terdapat

kekurangan bukti mengenai motivasi umum dari suatu acara, sehingga penyelenggara dan peneliti perlu memahami alasan orang menghadiri suatu acara.

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya, masih sedikit penelitian yang membahas mengenai pengalaman audiens dan motivasi penggemar dalam menghadiri konser K-pop. Oleh karena itu, diperlukan penelitian yang secara kritis menganalisis pengalaman dan motivasi penggemar dalam menghadiri konser K-pop. Penelitian ini dilakukan di Indonesia, hal ini dikarenakan Indonesia merupakan salah satu negara dengan komunitas penggemar (fandom) K-pop terbesar dan paling aktif di Asia Tenggara. Penggemar K-pop di Indonesia dikenal dengan loyalitasnya terhadap idola, dan sering kali menjadi penyumbang tertinggi dalam jumlah penayangan YouTube untuk beberapa grup K-pop (lihat Gambar 1). Dalam konteks tersebut, penelitian ini secara khusus berfokus pada konser K-Pop dari generasi ketiga hingga kelima yang diselenggarakan di Indonesia. Selain itu, pengaruh Gelombang Korea (*Korean Wave*) di Indonesia juga berdampak signifikan terhadap industri hiburan lokal, yang menginspirasi terbentuknya grup *boyband* dan *girlband* bergaya Korea Selatan (Rahmawati, 2020). Pendekatan kualitatif dipilih karena memiliki kekuatan dalam mengeksplorasi fenomena secara mendalam. Bagian selanjutnya akan mengulas secara kritis literatur yang relevan mengenai motivasi dan pengalaman dalam kehadiran konser K-pop.



Gambar 1.1 Statistik negara dengan streaming tertinggi untuk lagu Thunder oleh Seventeen dan Stray Kids di YouTube

Sumber: @17CARATS_INA & @TheePopCore melalui X (Twitter)

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas yang telah dilakukan identifikasi atas hasil-hasil dari penelitian terdahulu maka dapat dirumuskan permasalahan untuk memperoleh penelitian sebagai berikut:

1. Apa yang memotivasi penggemar dalam menghadiri konser K-pop?
2. Bagaimana pengalaman penggemar dalam menghadiri konser K-pop?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui latar belakang atau motivasi dari penggemar (*audience*) dalam menghadiri konser K-pop.
2. Untuk mengetahui *audience experience* dalam menghadiri konser K-pop.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi dan manfaat baik secara teoritis maupun praktis, sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Studi ini memberikan kontribusi teoretis yang signifikan dalam bidang kajian event (*event studies*) dengan menawarkan perspektif baru terhadap dimensi-dimensi yang masih jarang dibahas, khususnya dalam konteks konser musik K-pop. Penelitian ini menunjukkan bahwa konser tidak semestinya hanya dipandang sebagai bentuk hiburan semata, melainkan sebagai peristiwa yang kompleks yang mencakup berbagai aspek, seperti motivasi personal, dinamika komunitas, serta rangkaian pengalaman yang berlangsung sebelum, selama, dan setelah konser.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan baru bahwa konser K-pop mampu menciptakan pengalaman yang berkesan dan membangun loyalitas penggemar yang kuat. Temuan ini tidak hanya relevan untuk pengembangan strategi pemasaran dan pengalaman acara, tetapi juga penting dalam membentuk pendekatan yang lebih empatik dan responsif terhadap kebutuhan emosional serta preferensi audiens. Penelitian

ini dilakukan di Indonesia dengan melibatkan narasumber dari latar belakang pengalaman promotor yang beragam, sehingga dapat menjadi referensi yang signifikan bagi penyelenggara konser K-pop di Indonesia. Pemahaman terhadap dinamika dan harapan penggemar lokal melalui sudut pandang pengalaman mereka dapat membantu promotor dalam merancang keseluruhan rangkaian kegiatan secara lebih strategis, tidak hanya untuk meningkatkan kepuasan penggemar, tetapi juga untuk membangun loyalitas jangka panjang dan memperkuat industri hiburan K-pop di Indonesia.

1.5 Struktur Skripsi

Sistematika penulisan pada penelitian ini merujuk pedoman penulisan skripsi dengan pendekatan kualitatif yang disusun sebagai berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memuat latar belakang penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan struktur penelitian.

2. BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab ini memuat berbagai teori dan literatur pendukung secara terperinci dari penelitian yang relevan dengan penelitian ini.

3. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini memuat mengenai metode penelitian yang digunakan oleh penulis, desain penelitian, proses dalam pengumpulan data, serta teknik analisis data.

4. BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan hasil temuan penelitian dan pembahasan yang terkait dengan hasil.

5. BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN LIMITASI

Bab ini memuat kesimpulan, implikasi, serta rekomendasi dari penelitian, yang dilengkapi dengan penafsiran peneliti terhadap temuan yang diperoleh.