

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada era 4.0 ini teknologi terus berkembang dengan cepat, terbukti perkembangan dari satu teknologi ke teknologi lainnya yang lebih canggih pada berbagai bidang berjalan dengan sangat pesat. Pada era ini, hampir semua informasi yang didapatkan dapat diakses melalui media elektronik. Media ini dapat berbentuk audio, visual, audiovisual (video), bahkan *virtual reality*. Teknologi memiliki peran besar dalam pencarian dan penyebaran informasi, terutama teknologi digital. Menurut Killian (2014), era informasi ini ditandai oleh majunya teknologi komunikasi. Sudah tidak asing lagi jika orang menggunakan berbagai macam teknologi digital untuk memenuhi kebutuhan informasi mereka. Era ini mengajarkan manusia untuk beradaptasi dengan keragaman perkembangan budaya teknologi yang digunakan di seluruh dunia termasuk Indonesia. Menurut Adib (2011, dalam Ngafifi, 2014), berkembang teknologi dapat dilihat melalui kemajuan budaya. Termasuk budaya dalam mengakses informasi dimana salah satu perkembangan teknologi untuk mencari informasi adalah melalui media digital. Dengan perkembangan dunia teknologi informasi pada era ini, manusia memiliki kecenderungan untuk mencari segala macam informasi menggunakan variasi teknologi dan *gadget*, dimana hal ini juga diterapkan pada pembelajaran sekolah (Puspito, 2017). Sekarang kita dapat mencari dan menemukan informasi melalui media digital yang kita kenal dengan sebutan internet; yaitu jaringan yang berisi situs web dari seluruh dunia.

Berdasarkan hasil analisis Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII) (2021), penggunaan internet di Indonesia meningkat setiap tahun, hingga pada tahun 2021 - 2022 terdapat 210 juta penduduk dari total populasi 272,6 juta penduduk Indonesia yang terhubung melalui internet. Internet dapat

diakses menggunakan teknologi *gadget* sehingga dapat memudahkan pengguna untuk mencari berbagai ragam informasi yang dibutuhkan.

Seperti yang dijelaskan sebelumnya, perkembangan teknologi digital meningkat dengan sangat cepat, dan berpengaruh terhadap berbagai macam budaya (Ngafifi, 2014). Hal ini termasuk trend budaya pop, seperti berkembangnya budaya *Hallyu* K-Pop (Korean Pop)/K wave (Korean Wave) (Fiolitha Mt, 2020, hlm. 187). Dalam dunia informasi, teknologi digital memiliki peran dalam literasi, dimana teknologi menjadi salah satu kebutuhan untuk kegiatan literasi seperti literasi digital (Direktorat Sekolah Dasar, 2021).

Seperti yang kita ketahui, pengertian kegiatan literasi bukan hanya berarti membaca, menghitung, tetapi juga kemampuan untuk memahami dan menafsirkan apa yang dibaca dan ditulis oleh individu. Kegiatan literasi termasuk salah satu hal yang penting untuk dikembangkan di Indonesia, terutama pada anak-anak dan remaja. Menurut hasil riset analisis data PISA (*Programme for International Student Assessment*) 2018 dari Pusat Penelitian Kebijakan (2021) mengenai “Tingkat Literasi Minat Baca”, Indonesia berada di peringkat 10 terbawah dari 79 negara yang diteliti. Selain itu, kompetensi membaca tingkat minimum siswa di Indonesia berjumlah sekitar 25% (Nur'Aini dkk., 2021, hlm.2). Selain itu, dalam hasil data riset Universitas Central Connecticut State pada tahun 2016 yang berjudul “*World Most Literate Nations Ranked*” menunjukkan bahwa Indonesia menempati di peringkat 60 dari 61 negara yang diteliti (Mclaughlin & Palmer, 2016). Melihat keadaan Indonesia dalam dunia literasi, dibutuhkan peningkatan dalam bidang kemampuan literasi, terutama minat baca.

Di era ini, terdapat beberapa macam teknologi dan *platform* digital yang digunakan dalam meningkatkan kemampuan literasi. Hal ini diterapkan melalui audio, visual dan audio-visual. Contohnya, penggunaan *YouTube* sebagai sarana pembelajaran jarak jauh di sekolah. Video yang ditampilkan berupa video edukatif dan informatif, contohnya; video pembelajaran melalui *sing song* (lagu) atau animasi seperti *channel* YouTube Zenius, Quipper dan sebagainya. Disamping itu, terdapat juga video yang mendukung suasana kegiatan literasi seperti salah satu jenis video YouTube yang bernama “*Study with me*”. Pada umumnya, video “*Study*

Tsania Syaharani, 2022

PENGARUH BROADCAST VLIVE “SHALL WE READ A BOOK WITH KANGHYUN?” TERHADAP MINAT BACA DI KOMUNITAS WEVE INDONESIA

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

with Me” ditonton pada saat penonton ingin mengejar suatu tugas atau membaca buku. Menurut Adinda (2022), tujuan dari video “*Study with Me*” adalah memberikan teman untuk menemani dalam kegiatan belajar, video ini biasanya disertai dengan iringan *background music (BGM)*.

Selain penggunaan media digital dalam kegiatan mencari informasi dan literasi di Indonesia, Korea juga termasuk sebagai salah satu negara yang menggunakan teknologi dan media *platform* digital untuk mendesiminasikan informasi. Korea terkenal akan budayanya yang populer. *Hallyu* atau sering disebut dengan K-wave merupakan budaya Korea yang mengacu kepada bidang entertainment di antaranya; televisi, busana, film, musik, yang menyebar secara global. Pengaruh k-wave terhadap informasi di dunia sangat kental dengan perkembangan dan penyebaran informasi, sebab pengikut k-wave tidak hanya berasal dari Korea tetapi dari seluruh dunia. Agar informasi dan *update* dapat tersampaikan ke berbagai macam belahan dunia, Korea menggunakan internet dan media sosial digital agar dapat diakses dengan mudah oleh pengikut dan penyuka budaya korea, terutama dalam K-wave dan K-pop. Adapun *platform* media sosial digital yang sering digunakan oleh fenomena k-wave termasuk; Instagram, YouTube, Twitter dan Reddit.

Saat ini, banyak manajemen *entertainment* di Korea yang memanfaatkan media sosial seperti Facebook, Twitter dan YouTube dengan meningkatkan saluran media sosial, melibatkan partisipasi pengguna dan menyediakan konten eksklusif. Tujuan utama digunakan media sosial ini adalah untuk mendukung budaya K-wave. Media sosial akan selalu memiliki hubungan dengan pencarian informasi. Oleh karena itu, sering digunakan secara rutin oleh warga untuk memenuhi kebutuhan informasi. Menurut Saputra (2021), sosial media yang sering digunakan oleh warga Korea Selatan yaitu; YouTube, Kakaotalk, Naver dan Instagram di peringkat keempat. Disamping layanan sosial media yang sudah disebutkan, untuk mengikuti trend terkini dan mendapatkan updates terbaru; terutama mengenai budaya k-pop, warga Korea Selatan sering menggunakan aplikasi sosial media buatan Korea Selatan. Aplikasi ini terdiri dari Cyworld, Me2day, Daum café, Naver cafe, dan Kakaotalk (Wu, 2018).

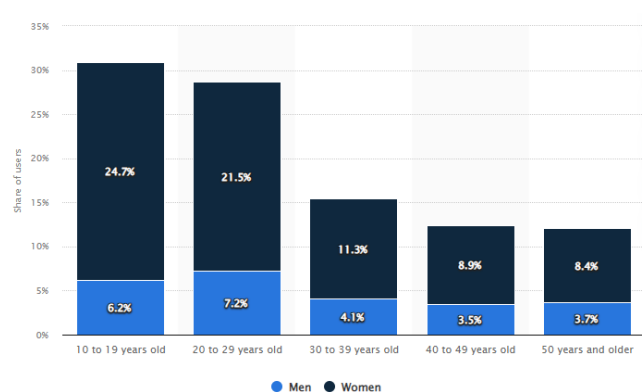
Tsania Syaharani, 2022

PENGARUH BROADCAST VLIVE “SHALL WE READ A BOOK WITH KANGHYUN?” TERHADAP MINAT BACA DI KOMUNITAS WEVE INDONESIA

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Korea Selatan memiliki sistem *search engine* sendiri bernama; Naver, aplikasi ini bekerja seperti Google. Dapat dilihat bahwa dalam hal komunikasi dan informasi, Korea Selatan tidak pernah ketinggalan dalam penggunaan teknologi digital terbaru. Beberapa media sosial dan media *platform* lainnya yang digunakan sebagai penyedia informasi dalam budaya k-wave di Korea sendiri yaitu; Naver, Fancafe, Bubble, WEVerse, dan juga VLIVE; sebagai salah satu penyebaran informasi dalam bentuk live media video digital. VLIVE menjadi salah satu aplikasi *live stream* ter-populer di Korea.

Meskipun VLIVE sudah berada sejak tahun 2015, aplikasi ini baru diterbitkan di Indonesia pada tahun 2019 (Pangerang, 2019). Tidak hanya artis Korea Selatan yang menggunakan aplikasi ini, beberapa artis Indonesia juga sempat membuka *channel* (saluran) VLIVE, di antaranya; Maudy Ayunda, Raisa, dan Afgan juga ikut membuat *channel* VLIVE untuk berinteraksi dengan penggemar, yang kini tetapi sudah di tutup oleh VLIVE pada tahun 2021. Pengguna aplikasi VLIVE mayoritas digunakan oleh industri entertainment k-pop seperti *idol*, artis, dan band. Dalam hal komunikasi, VLIVE merupakan salah satu *platform* yang dapat menghubungkan komunikasi interaktif jarak jauh melalui media digital. Menurut Jobst (2021), pada website Statista (<https://www.statista.com/statistics>), distribusi pengguna aplikasi streaming video K-pop fandom VLIVE di Korea Selatan pada tahun 2020, adalah sebagai berikut.



Grafik 1. 1 Pengguna Aplikasi VLIVE

(sumber: <https://www.statista.com/statistics/1241235/south-korea-VLIVE-app-user-distribution-by-age-and-gender/>)

Berdasarkan grafik diatas yang dibuat berdasarkan usia dan jenis kelamin, dapat disimpulkan bahwa pengguna aplikasi VLIVE mayoritas berjenis kelamin wanita dan didominasi oleh remaja/anak muda berumur 10-19 tahun. Karena aplikasi ini sering digunakan oleh remaja dan anak-anak, dari sisi edukasi dan literasi, aplikasi ini memiliki potensi untuk mengembangkan dan mempengaruhi pengguna dalam hal positif, seperti meningkatkan kemampuan literasi media digital (Mendrofa, 2022, hlm. 5). Pada artikel berita online di Kompas.com, Sky Lee, team leader VLIVE Indonesia berkata, "Pengguna V LIVE di seluruh dunia paling banyak berusia 14 sampai 24 tahun. Di Indonesia sendiri setelah dilihat datanya, kira-kira ada 20 juta pengguna untuk rentang usia tersebut," (Pangerang, 2019).

Selain menjadi media komunikasi antara *fans* dan idol, tujuan VLIVE adalah untuk berinteraksi secara real time yang memberikan rasa menyenangkan bagi *fans*, terutama *fans* internasional. VLIVE yang tadinya hanya channel, sekarang dapat di unduh sebagai aplikasi yang dapat digunakan di *handphone* dan gadget lainnya. VLIVE (<http://m.VLIVE.tv/home>), memiliki fungsi penyiaran *live streaming* dan *video content*, yang terpisah dari konten program televisi seperti channel *Mnet*.

Di Korea Selatan, VLIVE menjadi salah satu *platform* terbesar dalam penggunaan komunikasi antara idol dan *fans*. VLIVE memudahkan komunikasi interaktif dengan menyediakan *platform* video siaran langsung sebagai perantara *fans* fan *idol* mereka. Setiap video VLIVE menyebarkan konten yang berbeda untuk ditonton pengikut. Selain live video, VLIVE juga dijadikan tempat untuk mengunggah video konten artis seperti video musik, *interview*, *variety show* dan konten lainnya. VLIVE biasanya berisikan berbagai macam aktivitas yang dilakukan oleh para *idol* yang dapat berupa video *vlog*, *mukbang* (membuat dan makan makanan), latihan menari, menyanyi, ASMR (*Autonomous Sensory Meridian Response*), merayakan event seperti ulang tahun dan *anniversary*, atau bahkan berbincang, membaca komen dan berinteraksi dengan *fans*. Contoh artis Korea Selatan yang menggunakan *platform* ini di antaranya BTS (Bangtan Sonyeondan), Seventeen, Twice, Psy, Day6, dan sebagainya.

Salah satu *influencer* pada media *platform* digital ini adalah band dari Korea Selatan bernama ONEWE. ONEWE merupakan band (K-band) agen entertainment *RBW (Rainbow Bridge World)* dari Korea Selatan yang beranggotakan 5 personil; Jin Yonghoon (vokalis), Ju Harin (pemain drum), Kanghyun (gitaris), Son Dongmyeong (pemain piano), dan Lee Giwook (pemain bass). Sama seperti *idol* dan *content creator* yang lain, ONEWE juga menggunakan VLIVE untuk membuat konten seputar kehidupan mereka sebagai personil k-band. Seperti *influencer* lainnya, ONEWE membuat berbagai macam konten seputar musik mereka sebagai band di Korea Selatan untuk dinikmati oleh penonton dan *fans* mereka yang memiliki nama fandom; *WEVE*.

Salah satu personil ONEWE; Kanghyun, membuat konten VLIVE mulai dari membedah lagu karya ONEWE, membuat soundtrack, memainkan *request* lagu di gitar listrik, bercerita berupa storytelling atau TMI (*Too Much Information*), dan sebagainya. Selain itu, Kanghyun juga rajin membuat konten seri video VLIVE sendiri yang berjudul “*Shall We Read A Book With Kanghyun?*”. Personil ini, terkenal akan kegemarannya membaca buku. Kanghyun selalu mendukung dan mengajak *fans* untuk membaca buku bersama pada saat seri video VLIVE berlangsung. Kanghyun memberi kesan seperti penonton membaca buku/ mengerjakan tugas bersamanya. Serupa dengan video “*Study With Me*” yang sudah dijelaskan sebelumnya, seri video *live stream* “*Shall We Read a Book With Kanghyun?*” juga memiliki rasa dan suasana yang sama pada video tersebut.

Selain membahas topik membaca dan mengajak penonton untuk membaca bersama, Kanghyun juga menyediakan BGM atau *Background Music* karya sendiri. BGM yang digunakan berupa instrumental dari lagu lagu yang diciptakan oleh band ONEWE dan instrumental lain ciptaan Kanghyun. Latar pada video seri VLIVE ini biasanya berupa studio musik, rumah, taman dan ruangan di gedung agency. Dengan suasana seperti ini, penonton dapat ditemani oleh video “*Shall We Read A Book With Kanghyun?*” sambil membaca, menulis dan mengerjakan tugas lainnya. Elemen-elemen yang mendukung kenyamanan tersebut berpengaruh kepada penonton. Kanghyun memberi kesan bahwa membaca itu seru dan sebagai member band, ia tetap memiliki waktu untuk membaca. Beberapa buku yang telah

direkomendasi oleh Kanghyun termasuk; Homo Deus oleh Yuval Noah H, Seri buku *Harry Potter* oleh J.K. Rowling, seri *Lord of The Rings* oleh J.R.R Tolkien, *The Little Prince* oleh Antoine de Saint-Exupéry, dan banyak lagi. Dari penjelasan yang sudah dipaparkan diatas, kegiatan yang dilakukan oleh Kanghyun, gitaris ONEWE merupakan promosi kegiatan literasi.

Tercatat hingga tahun 2022, channel VLIVE ONEWE (<https://www.VLIVE.tv/channel/BD1843>) sudah memiliki 100.254 anggota serta mencapai 13.2 juta penayangan. Selain itu, seri video *broadcast* “*Shall We Read a Book With Kanghyun?*” yang berjumlah 24 video ini, mencapai sekitar 6.000 hingga 20.000 penayangan pada setiap videonya.



Gambar 1. 1 Tampilan Website Channel VLIVE ONEWE

(Sumber: <https://www.VLIVE.tv/channel/BD1843>)

Melalui pembuatan konten literasi, Kanghyun dapat menyampaikan ajakan gemar berliterasinya kepada *fans* dan penonton seri VLIVE tersebut.

Dilihat secara positif, dengan adanya K-wave dalam era ini, dapat meningkatkan berbagai macam kemampuan anak muda untuk berkomunikasi, berliterasi dan menyebarkan informasi. Menurut Safitri (2022), K-pop dapat menjadi sarana belajar sepanjang hayat, khususnya dalam kemampuan berbahasa. Salah satu alasan kemampuan seperti ini dapat dikembangkan dengan fenomena seperti ini adalah karena penggemar dapat menyatukan hobi (kesukaan dan minat) dengan kegiatan- kegiatan yang dapat mengasah kemampuan dan menambahkan wawasan pengetahuan.

Tsania Syaharani, 2022

PENGARUH BROADCAST VLIVE “SHALL WE READ A BOOK WITH KANGHYUN?” TERHADAP MINAT BACA DI KOMUNITAS WEVE INDONESIA

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Literasi sebaiknya diterapkan sejak dini, mengembangkan kesukaan terhadap kegiatan literasi merupakan hal yang penting untuk dilakukan, terutama untuk anak-anak dan remaja. Hal ini akan mempengaruhi gaya hidup dan pola pemikiran di masa depannya. “Minat merupakan dorongan kuat bagi seseorang untuk melakukan segala sesuatu dalam mewujudkan tercapainya tujuan dan cita-cita yang menjadi keinginan mereka” (Artana, 2016, hlm. 4). Menumbuhkan rasa senang pada saat melakukan kegiatan literasi membuat kegiatan membaca, menulis dan menghitung tidak menjadi beban. Oleh karena itu, kegiatan literasi sangat diperlukan untuk perkembangan anak-anak. Pada jaman ini sudah menggunakan berbagai macam media digital, terutama *platform* media sosial seperti Youtube, yang dapat membantu dalam mengasah kemampuan berliterasi (Mulasih, 2021 hlm. 562). Jika diterapkan dengan baik, media video memiliki kemampuan untuk mempengaruhi kebiasaan manusia dalam berliterasi. Terutama jika hobi atau hal yang disukai, disatukan dan diimplementasikan dalam kegiatan literasi.

1.2 Rumusan Masalah

Dari paparan latar belakang diatas, dapat disusun rumusan masalah pada penelitian ini yaitu :

1.2.1 Rumusan Masalah Umum

Bagaimana pengaruh *broadcast* VLIVE seri “*Shall We Read a Book with Kanghyun?*” terhadap minat baca di komunitas WEVE Indonesia?

1.2.2 Rumusan Masalah Khusus

Rumusan masalah khusus pada penelitian ini dijabarkan berdasarkan 4 aspek minat baca, yakni;

1. Bagaimana gambaran *broadcast* VLIVE seri “*Shall We Read a Book with Kanghyun?*” terhadap minat baca dalam aspek kesadaran akan manfaat membaca buku WEVE Indonesia?
2. Bagaimana gambaran *broadcast* VLIVE seri “*Shall We Read a Book with Kanghyun?*” terhadap minat baca dalam aspek perhatian membaca buku WEVE Indonesia?

3. Bagaimana gambaran *broadcast* VLIVE seri “*Shall We Read a Book with Kanghyun?*” terhadap minat baca dalam aspek rasa senang membaca buku *WEVE* Indonesia?
4. Bagaimana gambaran *broadcast* VLIVE seri “*Shall We Read a Book with Kanghyun?*” terhadap minat baca dalam aspek frekuensi membaca buku *WEVE* Indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini adalah:

1.3.1 Tujuan Penelitian Umum

Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *broadcast* VLIVE seri “*Shall We Read a Book with Kanghyun?*” terhadap minat baca di komunitas *WEVE* di Indonesia

1.3.2 Tujuan Penelitian khusus

Sedangkan Tujuan khusus dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana gambaran *broadcast* VLIVE seri “*Shall We Read a Book with Kanghyun?*” dalam aspek minat baca kesadaran manfaat membaca buku *WEVE* Indonesia
2. Untuk mengetahui bagaimana gambaran *broadcast* VLIVE seri “*Shall We Read a Book with Kanghyun?*” dalam aspek kesadaran perhatian membaca buku *WEVE* Indonesia
3. Untuk mengetahui bagaimana gambaran *broadcast* VLIVE seri “*Shall We Read a Book with Kanghyun?*” dalam aspek rasa senang membaca buku *WEVE* Indonesia
4. Untuk mengetahui bagaimana gambaran *broadcast* VLIVE seri “*Shall We Read a Book with Kanghyun?*” dalam aspek frekuensi membaca buku *WEVE* Indonesia

Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjelaskan bagaimana K-Pop dan K-Wave sebagai budaya populer dapat membentuk dan mempengaruhi

dunia informasi dan literasi yang terus berkembang di komunitas penggemar dan penonton.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam pengetahuan, serta wawasan ilmiah kepada peneliti dan pembaca mengenai kegiatan literasi melalui media *broadcast* VLIVE, serta dapat memberikan manfaat untuk kemajuan perpustakaan dan sains informasi dalam bidang literasi dan informasi.

1.4.2 Manfaat Praktis

Bagi Peneliti:

Sebagai penerapan dan implementasi dari ilmu pengetahuan dan pengalaman yang diperoleh selama kegiatan perkuliahan yang dapat dijadikan penelitian mengenai pentingnya minat baca melalui media video terutama media video VLIVE.

Bagi penonton VLIVE, terutama komunitas *WEVE* Indonesia:

1. Sebagai rujukan bagi penonton tentang pentingnya meningkatkan kemampuan literasi dan mendukung minat baca melalui media video *platform*, khususnya VLIVE.
2. Memberikan pengetahuan penonton tentang pentingnya kegiatan literasi dan minat baca melalui pemanfaatan media *broadcast* VLIVE
3. Sebagai salah satu pertimbangan *information gatekeepers* dalam meningkatkan semangat minat baca bagi kalangan muda.

Bagi Pembaca:

Diharapkan penelitian ini dapat memberi dan menambahkan *insight* mengenai minat baca dari sisi budaya pop culture entertainment, yakni Korean Wave. Literasi dapat dicari dimana mana dari berbagai macam *platform*.

Bagi Peneliti selanjutnya :

Diharapkan riset ini dapat dijadikan referensi/acuan untuk riset selanjutnya dalam hal peningkatan minat baca dan promosi gerakan literasi melalui media video dan *platform* lainnya seperti YouTube. Selain itu, untuk Universitas Pendidikan Indonesia, penelitian ini dapat menjadi tambahan bahan pustaka yang dapat digunakan sebagai acuan/ reference dalam meningkatkan dan menambah wawasan, terutama dalam bidang minat baca.