

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi akibat globalisasi seperti adanya internet yang terhitung cukup pesat di Indonesia, membuat masyarakat lebih mudah dalam berinteraksi dan berkomunikasi (Fahrimal, 2018). Salah satu bukti akan kuatnya dampak internet yang berkembang saat ini adalah semakin mudahnya budaya luar masuk ke Indonesia, tidak terkecuali *Korean Wave* (gelombang Korea) atau *Hallyu*. *Korean wave* merupakan istilah yang biasa digunakan ketika menggambarkan fenomena penyebaran budaya pop Korea, seperti serial drama, film, makanan dan minuman, musik, dan gaya berpakaian (*fashion*) di luar negeri (Won Jun, 2015). Semakin meluasnya musik pop Korea (KPop) di seluruh dunia berkontribusi juga pada meningkatnya citra positif Korea kepada wisatawan asing, sehingga mereka tertarik untuk lebih mengenal bahasa, budaya, serta pariwisata yang ada di Korea (Ahn et. al, 2013)

Hallyu mulai berkembang di Indonesia pada pertengahan tahun 2002, melalui serial drama, seiring berjalannya waktu, budaya Korea semakin berkembang dengan pesat melalui musik dan gaya berpakaian (Sihombing, 2018). Salah satu bukti kuatnya pengaruh Korean Wave di Indonesia saat ini sangat banyak kelompok pecinta Korea, mulai dari serial drama sampai musik pop Korea. Ciri khas musik pop Korea melalui *boygroup* dan *girlgroup* yang disertai dengan musik khas, *fashion*, serta koreografi yang menarik membuat budaya Korea ini semakin mudah diterima oleh masyarakat, khususnya di Indonesia (Alam & Nyarimun, 2017).

Berdasarkan data yang dilansir *The Korean Times* yang dimuat pada artikel Jawa Pos, menunjukkan jumlah penggemar kebudayaan Korea di seluruh dunia pada tahun 2018 meningkat sebanyak 22 persen menjadi 89,19 juta penggemar dari yang semula berjumlah 73,12 juta penggemar (Jawa Pos, 2019). Meluasnya *Hallyu* di Indonesia tidak terlepas dari semakin banyaknya pengguna Internet di Indonesia. Berdasarkan data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pengguna internet di Indonesia pada tahun 2019 mencapai 196,71 juta jiwa atau

73,7 persen dari total penduduk Indonesia yang berjumlah 266,91 juta jiwa. Jumlah pengguna internet di Indonesia ini naik sekitar 27,9 juta jiwa, dari tahun 2018 yang sebelumnya berjumlah 171,71 juta jiwa (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2020).

Data laporan Twitter yang di muat pada artikel CNN Indonesia pada bulan Januari 2022, menyebutkan jika Indonesia merupakan salah satu negara dengan jumlah penggemar Kpop terbesar berdasarkan jumlah *Tweet* mengenai KPop pada tahun 2021 (CNN Indonesia, 2022). Adanya internet yang dapat mempersempit ruang, waktu, dan jarak di belahan dunia membuat satu dengan yang lain dapat terkoneksi melalui suatu ruang yang disebut dengan ruang maya (*cyberspace*) (Jati, 2016). Ruang maya melalui media digital bisa dijadikan sebagai media untuk memperluas budaya Korea dengan mudah. Çela (2015) mengungkapkan jika dengan munculnya media sosial sebagai wadah untuk berinteraksi antar masyarakat, mengakibatkan media sosial ini berfungsi untuk menciptakan ruang publik baru. Ruang publik bisa digunakan untuk memperluas suatu jejaring (*network*) berdasarkan kesamaan yang dimiliki, seperti kesamaan hobi, minat, hingga bertukar cara pandang terhadap suatu isu.

Komunitas penggemar atau lebih dikenal dengan sebutan *fandom* (*fans kingdom*), diartikan sebagai komunitas penggemar bagi mereka yang antusias dan memiliki ketertarikan terhadap hal yang sama (Tartila, 2013). Dalam hal ini, penggemar memiliki kesamaan terhadap sosok idola, serta setiap *fandom* biasanya memiliki nama atau identitasnya masing-masing dengan menunjukkan perbedaan dan keunikannya guna membedakan dari banyaknya *fandom* yang beragam saat ini (Jang & Song, 2017).

Menurut Joli Jensen (dalam Septadinusastra, 2021), penggemar merupakan sebuah respon dari sistem idola melalui media. Sehingga dengan kata lain, media memberikan dampak yang cukup besar dalam bagaimana sekelompok penggemar akan berperilaku. Secara dasar, fans Kpop sering tergabung dalam jaringan sosial dengan praktik-praktik *fandom*. Saat ini, praktik penggemar juga mencakup beberapa kegiatan yang berkaitan dengan aktivisme mengenai isu-isu di dunia nyata seperti politik, sosial, hingga gerakan budaya yang dapat memberikan perubahan (Andini, 2021).

Banyaknya komunitas pecinta Kpop serta dengan kemudahan dalam internet, mereka bisa membuat ruang publik yang dapat menggerakkan suatu kelompok komunitas dengan tujuan yang sama. Kegiatan yang cukup sering dilakukan oleh penggemar KPop adalah penggalangan dana (*fundraising*) yang diartikan sebagai proses dalam mempengaruhi masyarakat baik kepada perorangan maupun lembaga agar secara sukarela menyalurkan dana, sumber daya non-dana, simpati, serta dukungan kepada suatu komunitas (Intyaswati, 2016).

Melalui kegiatan penggalangan dana, penggemar KPop dapat membentuk gerakan sosial yang bisa memobilisasi sumber daya yang mereka miliki guna menarik simpati masyarakat untuk ikut berpartisipasi. Serta aksi gerakan sosialnya yang bersifat masif karena terdistribusi melalui media maya serta tidak hanya terpusat pada satu daerah saja, melainkan dilakukan di berbagai daerah di Indonesia. Kegiatan penggalangan yang dilakukannya pun bisa dikatakan efektif dan berhasil jika dilihat dari hasil dana yang terkumpul bisa mencapai belasan hingga puluhan juta rupiah.

Gerakan sosial diartikan sebagai upaya kolektif (bersama) yang diarahkan menuju suatu kehidupan yang lebih baik dari tatanan yang sudah ada sebelumnya. Gerakan sosial dalam penggalangan dana yang dilakukan penggemar KPop menunjukkan adanya sikap solidaritas yang tinggi yang terjalin antar sesama penggemar serta menunjukkan adanya kekuatan sipil. Dalam penelitian terdahulu yang berjudul “Budaya Penggemar di Era Digital” oleh Shane Sa’diyah, menjelaskan budaya penggemar (*fandom*) di era digital ini salah satunya adalah adanya kekuatan sipil, dimana para penggemar biasa membuat suatu *project* guna mendukung idolanya. *Fans project* ini bisa berupa melakukan *streaming* untuk meningkatkan konsumsi terhadap media, *project* ulang tahun idola, hingga penggalangan dana kepada masyarakat yang membutuhkan dengan menggunakan nama *fandom* tersebut (Sa’diyah, 2019).

Penelitian lain, yang dilakukan oleh Fadhila Hasby pada tahun 2013 dengan judul “Fanbase boyband korea: identifikasi aktivitas penggemar Indonesia” menyebutkan setidaknya terdapat sepuluh aktivitas atau kegiatan yang biasa dilakukan oleh penggemar boyband Korea, salah satunya adalah aktivitas *fan project*. *Fan project* merupakan proyek bersama para penggemar dan biasanya akan

diakomodir oleh *fanbase*. Dalam *fan project* terdapat proyek yang biasanya tidak hanya ditujukan langsung kepada idolanya, melainkan dengan melakukan kegiatan amal maupun penggalangan dana dengan mengatasnamakan fandom dan idola mereka (Hasby, 2013).

Penelitian ini memfokuskan pada fenomena penggalangan dana yang banyak dilakukan oleh penggemar Kpop yang akan dikaji menggunakan konsep gerakan sosial khususnya menggunakan teori gerakan sosial baru. Penelitian ini mengambil objek penelitian pada media sosial Twitter, yang mana saat ini media sosial sering digunakan sebagai sarana dalam menyebarluaskan informasi seperti kegiatan penggalangan dana yang dilakukan oleh fandom Kpop.

Salah satu *Fandom* Kpop yang cukup sering melakukan aksi-aksi sosial adalah penggemar BTS (*Bangtan Soeonyeondan*) atau biasa disebut ARMY. Menurut data Twitter, BTS menempati peringkat pertama artis KPop yang paling sering dibicarakan di Twitter baik secara global maupun di Indonesia pada tahun 2021 (CNN Indonesia, 2022). Kepopuleran BTS meroket sejak mereka mendapatkan salah satu penghargaan pada Billboard Music Award pada tahun 2017 dan semakin populer hingga mendapatkan beberapa penghargaan lain berskala internasional. Selain itu, banyaknya kegiatan sosial yang dilakukan oleh BTS, membuat banyak penggemarnya pun turut serta dalam melakukan kegiatan yang bertema sosial. Kegiatan yang cukup sering dilakukan oleh ARMY seperti donor darah dan kegiatan kepedulian terhadap lingkungan seperti penanaman pohon atau mengadopsi hewan yang terancam punah dengan mengatasnamakan BTS (Utami & Winduwati, 2020).

Salah satu *fanbase* BTS yang cukup sering melakukan kegiatan sosial penggalangan dana adalah akun Twitter dan Instagram @btsarmypeduli. Akun *fanbase* yang didirikan pada bulan Agustus tahun 2021 lalu ini sudah banyak melakukan kegiatan penggalangan dana dengan tujuan untuk menumbuhkan rasa peduli kepada sesama ARMY dan dapat berguna bagi masyarakat sekitar. Dalam kegiatannya, @btsarmypeduli juga sering berkolaborasi dengan ARMY di beberapa daerah tertentu untuk dapat menyalurkan dana yang telah dikumpulkan.

Penggemar KPop di Indonesia sering dilabeli oleh masyarakat sebagai kelompok yang tidak mencintai budaya sendiri, apatis, fanatik, bersikap berlebihan,

konsumtif dan lain sebagainya. Mereka juga sering dianggap loyal kepada idolanya (Tartila, 2013), sebagian dari mereka rela untuk mengeluarkan tenaga, waktu, hingga dana yang tidak sedikit untuk membeli tiket konser, album, *merchandise*, dan lainnya yang berhubungan dengan idolanya. Dibalik itu, dengan adanya konstruksi identitas *fandom*, bisa mempengaruhi bagaimana *fandom* bertindak sebagai agen sosial yang cukup sering terlibat dalam kegiatan donasi (Kusuma et. al, 2020). Penggemar Kpop cukup aktif dalam melakukan aksi-aksi sosial seperti penggalangan dana bagi para korban bencana alam, penanggulangan penyakit, masalah pendidikan, pengentasan kemiskinan, hingga penanaman pohon. Seperti ketika sebagian wilayah di Indonesia yang terjadi bencana alam, tidak sedikit *fandom* KPop yang melakukan penggalangan dana untuk para korban terdampak.

Berdasarkan fenomena banyaknya penggalangan dana yang dilakukan oleh komunitas *fandom* KPop, penulis tertarik untuk mengkaji lebih dalam mengenai penggalangan dana yang dilakukan oleh *fandom* KPop berdasarkan perspektif gerakan sosial. Dalam gerakan sosial masyarakat kontemporer, terdapat dua teori yang mendominasi, yaitu teori mobilisasi sumber daya dan teori gerakan sosial baru. Penelitian ini akan menggunakan teori gerakan sosial baru, karena bentuk gerakan sosial yang saat ini bersifat fleksibel serta memiliki karakteristik yang unik, sehingga cocok digunakan untuk mengkaji gerakan sosial yang terjadi saat ini.

Dalam penelitian ini, penulis memfokuskan pada apa saja faktor terjadinya gerakan sosial penggalangan dana, bentuk resistensi (penolakan), serta faktor yang menjadi keberhasilan dan kegagalan dalam aksi gerakan sosial dalam kegiatan penggalangan dana yang dilakukan oleh akun @btsarmypeduli. Oleh karena itu, berdasarkan latar belakang di atas penulis merumuskan penelitian ini dengan judul **“Analisis Aksi Gerakan Sosial Penggemar Kpop dalam Kegiatan Penggalangan Dana pada Akun Twitter @btsarmypeduli”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah utama dalam penelitian ini adalah bagaimana aksi gerakan sosial dalam kegiatan penggalangan dana yang dilakukan oleh *fandom* KPop, khususnya pada akun @btsarmypeduli. Agar penelitian ini lebih terfokus, maka diajukan beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apa faktor penyebab akun @btsarmypeduli melakukan aksi gerakan sosial dalam kegiatan penggalangan dana?
2. Bagaimana bentuk resistensi terhadap gerakan sosial penggalangan dana yang dilakukan oleh @btsarmypeduli?
3. Apa yang menjadi faktor-faktor penentu keberhasilan dan kegagalan gerakan sosial penggalangan dana yang dilakukan oleh @btsarmypeduli?

1.3. Tujuan Penelitian

Secara umum, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui aksi gerakan sosial dalam kegiatan penggalangan dana yang dilakukan oleh penggemar KPop, khususnya pada akun @btsarmypeduli. Disamping tujuan umum tersebut, penelitian ini juga secara khusus bertujuan untuk mengetahui informasi lebih lanjut mengenai:

1. Faktor penyebab akun @btsarmypeduli melakukan aksi gerakan sosial dalam kegiatan penggalangan dana.
2. Bentuk resistensi gerakan sosial penggalangan dana yang dilakukan oleh @btsarmypeduli.
3. Faktor-faktor penentu keberhasilan dan kegagalan gerakan sosial penggalangan dana yang dilakukan oleh @btsarmypeduli.

1.4. Manfaat Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1.4.1. Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi dan referensi baru terhadap aksi penggalangan dana yang saat ini sangat memanfaatkan media sosial, serta keilmuan Sosiologi khususnya kajian mengenai gerakan sosial baru. Serta diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan riset bagi penelitian yang akan datang.

1.4.2. Manfaat Praktis

- a. Bagi penulis, penelitian ini mampu memberikan wawasan lebih lanjut mengenai aksi sosial penggalangan dana yang disuarakan melalui media sosial serta berbagai kegiatan yang bisa dilakukan untuk membantu sisi kemanusiaan.

- b. Bagi Program Studi Pendidikan Sosiologi, penelitian mengenai aksi penggalangan dana penggemar KPop ini bisa menambah kajian terhadap keilmuan Sosiologi khususnya mengenai gerakan sosial.
- c. Bagi masyarakat umum, diharapkan penelitian mengenai aksi penggalangan dana penggemar KPop ini bisa memberikan motivasi untuk melakukan aksi-aksi sosial kepada masyarakat lain yang membutuhkan.
- d. Bagi pemerintah, diharapkan penelitian mengenai aksi penggalangan dana penggemar KPop ini bisa menjadi motivasi dan evaluasi tersendiri untuk mengadakan program yang bertujuan untuk mengadakan aksi-aksi sosial lainnya untuk kebermanfaatan masyarakat dan lingkungan sekitar.

1.5. Struktur Organisasi

Penelitian skripsi ini akan disusun kedalam lima bab yang saling berkesinambungan, melalui sistematika sebagai berikut:

- BAB I : Pendahuluan, pada bab ini menjelaskan mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat, serta struktur organisasi.
- BAB II : Kajian Teori, pada bab ini membahas mengenai teori serta sumber-sumber yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan.
- BAB III : Metodologi Penelitian, pada bab ini memuat mengenai alur penelitian yang akan dilakukan peneliti. Bab ini terdiri atas desain penelitian, partisipan, populasi dan sampel, prosedur penelitian, dan analisis data.
- BAB IV : Temuan dan Pembahasan, pada bab ini akan memaparkan hasil temuan berdasarkan penelitian yang dilakukan dan membahas temuan hasil penelitian sesuai dengan pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya.
- BAB V : Simpulan, Implikasi, dan Rekomendasi, pada bab ini penulis akan memaparkan simpulan berdasarkan hasil temuan pada penelitian yang telah dilakukan, serta mengajukan hal-hal penting yang dapat dimanfaatkan dari hasil penelitian.