

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Salah satu dampak globalisasi dan postmodernisme adalah perkembangan dunia teknologi dan informasi berkembang semakin pesat. Dampak adanya teknologi dan informasi yang berkembang pesat dapat mempengaruhi sistem sosial masyarakat dan dapat mempengaruhi pola pikir individu. Budaya dari luar dapat masuk dengan mudah dan menjalar pada masyarakat terutama remaja melalui teknologi informasi seperti media elektronik, televisi, dan lain sebagainya.

Istilah postmodernisme sendiri paling sesuai apabila digunakan dalam studi tentang media massa, yang telah mendorong manusia beralih dari analisis tekstual menuju pada analisis yang lebih menyeluruh tentang bentuk-bentuk media yang berbeda, tidak hanya pada tahap pola kepemilikan dan kontrol atas komunikasi global, tetapi juga keterkaitan antara alat dan efek generik, serta rangkaian narasi dalam iklan, video pop dan drama televisi mini (McRobbi, 1994 dalam terjemahan Nurhadi, 2011: 45).

Korea Selatan adalah salah satu negara yang menangkap sinyal-sinyal material, dengan adanya globalisasi menjadikan budaya mereka sebagai bisnis yang menjanjikan. Korea Selatan (setelahnya hanya akan di baca Korea) dalam kurun waktu tertentu berhasil menyebarkan produk budaya populernya ke dunia internasional (Syafitri, 2019: 1). Proses penyebaran budaya pop Korea dikenal dengan istilah “*Hallyu*” atau “*Korean Wave*”. Istilah *hallyu wave* sudah tidak asing lagi di telinga masyarakat. *Hallyu* adalah gambaran produk-produk populer yang berasal dari Korea Selatan yang meliputi musik, drama, film, *fashion*, gaya hidup, produk industri, produk kecantikan, makanan dan tempat pariwisata. Produk-produk tersebut sudah mulai berkembang di kehidupan masyarakat berbagai belahan dunia.

Hallyu atau *Korean Wave* adalah salah satu budaya yang membuat Korea Selatan berhasil dikenal oleh dunia. Melalui banyaknya serial drama Korea yang diekspor ke seluruh dunia seperti “*Winter Sonata*” yang diminati oleh warga Irak,

Rusia, Mesir dan Uzbekistan (Hong, 2014). Dari adanya drama Korea seperti “*Winter Sonata*”, “*Boy’s Before Flower*”, “*Endless Love*”, “*Jewel In The Palace*”, “*Dae Jang Geum*”, “*Full House*”, “*Descendent Of The Sun*”, “*Goblin*”, perkembangan pengenalan budaya Korea menyebar hampir ke seluruh Asia Tenggara dan berhasil menyihir serta menarik hati penontonnya. Ada yang tidak kalah menarik dari drama, yaitu musik pop Korea atau yang sering disebut dengan K-Pop. *Boyband* dan *girlband* seperti *Girls Generation*, *2NE1*, *Red Velvet*, *Super Junior*, *Bigbang*, *Black Pink*, dan *BTS* adalah penyanyi K-Pop yang berhasil mendunia dan menarik hati para penikmat musik K-Pop.

Korea menggunakan budaya populer untuk mendapatkan sebuah keuntungan. Hal ini terjadi karena pada tahun 1997 Korea Selatan mengalami sebuah krisis, dimana hal tersebut menuntut Korea Selatan untuk bisa mengembangkan budaya musik populer atau yang sekarang kita sebut dengan K-Pop atau Korean-Populer (Arga, 2017). Menurut Grey (2007), budaya bisa berubah karena adanya komodifikasi yang didukung pula oleh kebijakan pemerintah. Hal itu terjadi pada budaya Korea yang menciptakan budaya kreatif dengan K-Pop yang mendapatkan dukungan pula dari pemerintah Korea Selatan. Yang artinya K-Pop adalah bagian dari kebudayaan Korea. Saat seseorang mengkonsumsi ataupun membeli produk K-Pop maka secara tidak langsung mereka mengkonsumsi atau memakai gaya hidup Korea Selatan, karena K-Pop adalah salah satu budaya populer yang dimiliki oleh Korea (Hong, 2014). Keberhasilan Korea dalam membangun citra melalui K-Pop, terbukti dengan munculnya masyarakat yang menyukai budaya Korea atau yang biasa disebut penggemar.

Penggemar adalah seseorang yang menggemari sesuatu dengan antusias dengan secara kolektif kelompok penggemar akan membentuk basis penggemar (*fanbase*) atau *fandom*. *Fanbase* yaitu suatu forum yang ditujukan untuk mendukung seseorang idola, sedangkan *fandom* yaitu istilah untuk kumpulan fans dari seorang idola. Di Indonesia sendiri *Hallyu* atau *Korean Wave* lebih dikenal dengan K-Pop dan penggemar K-Pop di sebut *K-Pop Lovers*. Tingkah polah *Korean Lovers* bermacam-

macam seperti membeli CD/DVD original yang harganya mahal, menonton konser *boyband girlband* yang diselenggarakan di Indonesia atau negara lain, menonton drama Korea hingga begadang, mengunduh drama Korea dan update mengenai berita terkini, mengunduh video dari *girlband* atau *boyband* favoritnya, datang ke berbagai *event* yang berkaitan dengan *K-Pop*, bergaya ala artis Korea dan bahkan berwisata ke Korea Selatan. Diantara tingkah laku polah *Korean Lovers* tersebut yang menarik adalah yang melakukan *dance cover* dari *boyband* dan *girlband* idola mereka. *Dance Cover* merupakan aktivitas menirukan gerakan tarian para *boyband* dan *girlband* termasuk bagaimana mereka meniru ekspresi dan kostum yang dipakai sang idol. Mereka rela berkumpul dan berlatih berbagai gerakan dari sang artis guna menunjukkan eksistensi mereka terhadap dunia *K-Pop*.

Karena krisis yang terjadi di Korea saat itu, menyebabkan banyak musisi Korea harus menciptakan karya-karya baru agar mereka dapat bertahan di industri *K-Pop*, sehingga banyak karya-karya yang muncul dari Korea seperti lagu-lagu Korea dan juga *dance*. Tarian atau *dance* kemudian menjadi *hits* di kalangan *Korean lovers*. Banyak kehadiran *boyband girlband* asal Korea Selatan yang populer dengan *dance*-nya yang lincah dan *ng-beat*, membuat masyarakat khususnya remaja mengikuti berbagai gerakannya dan hal itu disebut *dance cover*. *Dance Cover* di Indonesia sangat *booming* terbukti banyak sekali grup-grup yang bermunculan. Hal ini lah yang menunjukkan bahwa *dance* Korea banyak diminati oleh *Korean lovers*. Seiring dengan banyaknya peminat *dance* Korea maka banyak muncul *dance cover* Korea, hal ini menunjukkan bahwa *dance* Korea telah menyita perhatian budaya Korea (Hong, 2014).

Di Indonesia banyak penggemar Korea yang tergabung dalam sebuah komunitas. Antara lain seperti *UKLI (United Korean Lovers Inodnesia)* dan *Kpopers_family* yang bermain di skala nasional (Arga, 2017). Bukan hanya itu saja, bahkan di tingkat regional seperti Surabaya pun juga memiliki komunitas penggemar Korea seperti *Aerion*, *Acedance*, *Sbsquad*, *Valkyrie*, dan banyak lainnya. Komunitas-komunitas tersebut banyak meng-*cover* lagu dan *dance* Korea. Mereka aktif meng-

update mengenai informasi apa saja kegiatan yang sedang mereka lakukan melalui media sosial seperti *Instagram* dan *YouTube channel*. Mereka juga sering mengikuti *event-event* tertentu yang berbau K-Pop untuk memperlihatkan keseriusan mereka sebagai penggemar K-Pop.

Budaya K-Pop dikatakan sebagai budaya dengan sejuta ilusi dan kesenangan duniawi. K-Pop bagi sebagian penikmatnya di ibaratkan sebuah candu yang sulit untuk dilepas dan memberikan efek ketagihan dan tidak ingin lepas dari kerat budaya K-Pop ini (Syafitri, 2019: 5). Dalam berkehidupan sehari-hari penampilan para pelaku *dance cover* sangat mudah untuk dikenali. Mereka terlihat sangat memperhatikan penampilan, bahkan pelaku *dance cover* laki-laki cenderung metroseksual dan sedikit lemah gemulai dalam bertingkah laku. Bahkan mereka rela mewarnai rambutnya guna menunjang penampilannya ketika berada di atas panggung maupun dalam keseharian dan juga menggunakan aksesoris yang khas dengan *korean style*. Tidak hanya soal penampilan fisik, mereka pun juga harus rajin berlatih koreografi di studio maupun di ruang publik. Selain itu mereka biasa menyisipkan kosakata Korea saat berbicara, sering mengupdate kegiatan mereka yang berhubungan dengan K-Pop melalui akun media sosial mereka dan akan mudah sekali akrab dengan sesama *dancer* K-pop maupun k-popers meskipun yang baru dikenal. Fenomena tersebut bisa dikatakan sebagai fenomena kultural yang telah memassa, dimana fans tersebut bukan hanya menggemari melainkan juga mencoba meniru atau mengimitasi gaya tokoh idola mereka.

Kian merebaknya *dance cover* ala K-Pop bahkan telah menjadi hobi baru bagi beberapa generasi muda Indonesia ada pula sebagian orang yang menjadikan *dance cover* sebagai sebuah pekerjaan, membuat peneliti tertarik untuk mengangkatnya sebagai tema penelitian. Salah satu grup penggemar Korea yang berada di tingkat regional yaitu Aerion DC yang berada di Surabaya. Aerion DC adalah salah satu nama grup *dance cover* K-Pop yang ada di Surabaya. Aerion sendiri adalah nama resmi grup *dance cover*, dan “DC” adalah singkatan dari *dance cover* itu sendiri. Sehingga banyak orang mengenalnya dengan sebutan Aerion DC.

Dari adanya grup *dance cover* Aerion DC, peneliti tertarik untuk meneliti fenomena hiperrealitas pada grup *dance cover* Aerion DC ini sebagai topik penelitian yang akan diangkat sebagai skripsi.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana bentuk hiperrealitas dari *dance cover* K-Pop pada anggota grup *dance cover* Aerion DC, di Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bentuk hiperrealitas dari *dance cover* pada anggota grup *dance cover* K-Pop Aerion DC, di Surabaya?

1.4 MANFAAT PENELITIAN

- a) Bagi peneliti

Sebagai proses belajar bagi peneliti dan memberikan referensi bagi peneliti selanjutnya yang membutuhkan informasi mengenai tema penelitian terkait.

- b) Bagi pembaca

Memberikan informasi kepada pembaca tentang tema ini sehingga pembaca mendapat pengetahuan dalam penelitian ini.