

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Demam Korea Populer (*K-Pop*) sudah banyak diperbincangkan di seluruh dunia, termasuk salah satunya Indonesia. *K-Pop* sangat digandrungi oleh anak muda di Indonesia. *K-Pop* memiliki gaya unik dan berbeda sehingga bisa menaklukkan hati para anak muda masa kini khususnya perempuan. Tahun 1930an musik pop Korea pra modern pertama kali muncul dikarenakan masuknya musik pop Jepang. Penjajahan Jepang terhadap Korea membuat musik Korea tidak dapat berkembang mengikuti perkembangan budaya pop Jepang pada saat itu. Pada tahun 1950 dan 1960 pengaruh musik pop barat memasuki Korea dengan banyaknya pertunjukan musik oleh pangkalan militer Amerika Serikat di Korea Selatan (Adi, 2019).

Adanya teknologi yang sudah canggih, mengakibatkan masyarakat dengan mudah mengakses apapun yang mereka inginkan, salah satunya mengakses budaya populer atau yang disebut budaya pop. Budaya pop merupakan budaya yang bisa dianggap ringan, menyenangkan, banyak disukai sehingga diterima masyarakat dan cepat untuk berganti. Salah satu budaya pop ialah budaya *K-Pop*. Indonesia sudah sejak lama mengalami *trend* tentang dunia hiburan dari Internasional. *Trend* tentang dunia hiburan banyak yang mengarah pada dunia hiburan yang berasal dari Korea Selatan, penyebutannya biasanya disebut dengan *Korean Wave* (Gelombang Korea) (Hatmi, 2015).

Korean Wave merupakan gejala globalisasi kebudayaan yang berasal dari Korea Selatan dan sudah menyebar ke berbagai negara (Nastiti, 2011), termasuk Indonesia. Fenomena *Korean Wave* berkiblat pada popularitas dari budaya Korea yang berada di luar negeri, dan memberikan penawaran hiburan dari Korea Selatan berupa film drama Korea Selatan (Drama Korea), musik, dan lain sebagainya yang kemudian disebarkan melalui media sosial yang ada. Keunikan dari konsep yang dimiliki oleh K-Drama (Drama Korea) membuat K-Drama dengan cepat dilirik oleh masyarakat Indonesia. Melihat penyebaran K-Drama yang mulai pesat, pemerintah Korea sudah mulai melakukan *Korean Wave* lebih lanjut di Indonesia.

Pada tahun 2012, industri *K-Pop* mulai memasuki Indonesia dengan konser salah satu Boyband Korea yaitu Super Junior pada tahun 2012 yang menjadi salah satu konser

hebat karena sudah memberikan sebuah ledakan demam *K-Pop* yang ada di Indonesia (Ivy & Syahriar, 2020). Semenjak adanya fenomena tersebut, Indonesia menjadi salah satu negara yang sudah wajib dilakukan pemberhentian untuk konser grup *K-Pop*. Keberadaan *Korean Wave* terus meningkat hingga sekarang.

Pemerintah Korea terus mengubah kebijakan dengan memanfaatkan adanya peran *Korean Wave*. *Korean Wave* digunakan sebagai sarana kekuasaan yang tak terlihat (*soft power*) dalam meningkatkan citra negara tersebut (Jin, 2017). Penyebaran *Korean Wave* tidak terlepas dari pengaruh media massa. Perkembangan media massa yang sangat pesat dimanfaatkan oleh Korea Selatan dalam menyebarkan *Korean Wave* hingga dapat tersebar dengan mudah (Cindoswari & Dina 2019). Munculnya satu persatu budaya Korea Populer (*K-Pop*) didukung adanya fasilitas yang lebih mudah untuk diakses. Pengguna media menjadi lebih pesat dan banyak mengetahui mengenai kegiatan Budaya Korea Populer (*K-Pop*) setiap harinya, karena salah satu kelebihan media sosial merupakan tidak terbatas oleh waktu. Seiring berjalannya waktu media dapat memunculkan aktivitas baru yang berhubungan dengan budaya Korea, yaitu *Role-play*.

Kreativitas fans pada permainan *role-play* merupakan kreativitas yang telah dimiliki pada kelompok penggemar *K-Pop*. Imajinasi para penggemar *K-Pop* dituangkan dalam permainan *role-play*. Penggemar *K-Pop* menjadikan sesuatu yang luar biasa guna berfantasi mengenai sang idola (Safitri, 2014). Penggemar *K-Pop* membagikan postingan yang di dalamnya berisikan aktivitas idola nya sudah tersebar luas di sosial media. Postingan fantasi merupakan hasil dari imajinasi para penggemar *K-pop* yang menginginkan menciptakan kedekatan antara diri nya dengan sang idola nya seperti yang dilakukan idola nya dalam kehidupan sehari-hari, salah satu caranya yakni melakukan aktivitas permainan *role-play*.

Role-play atau permainan peran biasa bisa disebut dengan *socio-drama*, yaitu metode guna melukiskan dampak tekanan kita atas orang lain. Para penggemar ingin menciptakan kedekatan antar dirinya dengan idola dengan melakukan *Role-play*. Beberapa penggemar melakukan *role-play* dengan melibatkan dirinya, namun ada tentang menggunakan figur lain dari *role-play*. Dengan menggunakan tokoh dari idola mereka, penggemar dapat menciptakan romantisme yang diinginkan oleh dirinya dengan

idolanya. Terdapat figur yang dapat dipilih juga merupakan figur yang dianggap fantasinya (Hatmi, 2015).

Penggemar *K-Pop* mengartikan *role-play* sebagai permainan peran yang dilakukan dalam dunia maya dengan sepenuh hati dan tidak merusak *image* artis yang digunakan oleh para pemain tersebut (Hatmi, 2015). Para pemain atau penggemar ini bermain *role-play* dengan saling berdialog dengan para pemain lain yang memainkan peran idola yang berbeda dengan yang lainnya atau bisa juga sama. Dialog yang dilakukan para penggemar pada permainan *role-play* bersifat sentimental serta emosional. Penggemar mendapatkan pengalaman emosi kedekatan berasal dari representasi tokoh idolanya yang menjadi kebutuhan imajinasinya.

Pemain *role-play* memainkan peran selayaknya tokoh idola di kehidupan sehari-harinya bersama para pemain *role-play* lainnya yang dapat mengantarkan ekspresi kekaguman mereka sehingga bisa tampak begitu menarik (Safitri, 2014). Media sosial yang sering digunakan oleh pemain *role-play* merupakan media sosial Twitter, Line, WhatsApp, dan Instagram. *Role-play* dianggap para pemainnya sebagai salah satu cara guna menyalurkan kecintaan para penggemar sebagai fans untuk sang idola dengan cara memainkan idola tersebut. Para pemain memuat postingan seolah-olah mereka seperti idola yang sedang melakukan hal tersebut.

Pemain *role-play* telah menciptakan dunia palsu dengan menggunakan tokoh dari sang idola (Idol Korea Selatan). Pemain *role-play* secara tidak langsung menciptakan dua identitas diri yakni identitas virtual yang berada pada media sosial dan identitas asli yang berada di kehidupan nyata nya. Oleh karena itu, peneliti mengangkat judul Dramaturgi Identitas Virtual Pemain *Role-play* (Studi Netnografi Pada Penggemar *K-Pop* Pada Grup Telegram RVS) dengan berfokus pada grup *role-play* yang berada di Telegram serta meneliti bagaimana dramaturgi yang berada pada *role-player* terjadi.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang ada di penelitian ini adalah bagaimana dramaturgi identitas virtual para pemain *role-play* pada penggemar budaya *K-Pop* pada grup Telegram RVS?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah guna mengetahui tentang bagaimana dramaturgi yang diciptakan dari identitas virtual para pemain (*Role-play*) pada penggemar budaya *K-Pop* pada grup Telegram *RVS*?

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Diharapkan pada penelitian ini dapat menjadi sebuah acuan referensi serta kajian bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan topik yang sama.
2. Diharapkan pada penelitian ini dapat memberikan wawasan mengenai dramaturgi identitas virtual yang berada di Telegram.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Diharapkan pada penelitian ini dapat memberikan manfaat serta pengetahuan yang baru pada pembaca baik dari lingkup Program Studi Sosiologi Universitas Trunojoyo Madura maupun bagi masyarakat umum.
2. Diharapkan setelah ada penelitian ini diharapkan semua orang tua khususnya remaja atau mahasiswa dapat memilah dampak positif dan negatif dari adanya perkembangan budaya khususnya pada permainan *Role-play* yang dimainkan oleh para penggemar Budaya *K-Pop*).