

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Media massa, baik konvensional maupun digital, merupakan ruang utama dalam proses penyebaran informasi, pembentukan opini publik, hingga pembingkaihan isu sosial. Kehadiran media baru yang berbasis internet seperti Instagram, Facebook, TikTok, Youtube maupun X (Twitter) semakin memperluas ruang komunikasi, di mana khayalak tidak lagi hanya menjadi penerima pesan, tetapi juga aktif memproduksi, membagikan, dan menafsirkan konten. Media sosial menjadi salah satu wujud paling nyata dari transformasi ini, karena memungkinkan terjadinya interaksi dua arah, komunitas virtual, serta budaya partisipatif. Fenomena ini menjadikan media sosial sebagai lahan penting dalam studi komunikasi, terutama terkait resepsi audiens terhadap representasi tertentu yang hadir dalam budaya populer. Di antara berbagai media sosial yang ada, platform X (Twitter) memiliki karakteristik unik yang membedakannya dari platform lain. Pertama, X dikenal sebagai media berbasis *real-time* yang cepat dalam menyebarkan informasi dan menjadikan isu tertentu trending dalam hitungan menit. Kedua, X memberi ruang besar bagi komunitas fandom, termasuk penggemar K-Pop, untuk berinteraksi, menyebarkan konten, hingga membangun narasi bersama melalui hashtag, retweet, dan thread. Ketiga, platform ini bersifat terbuka (*public timeline*), sehingga interaksi dan konten dapat diamati secara luas tanpa batasan pertemanan yang ketat seperti di Instagram atau Facebook.

Di era digital ini, media sosial memiliki sejumlah akses yang mempermudah masyarakat untuk bisa berinteraksi satu sama lain sehingga budaya Korea Selatan bisa berkembang dengan cepat secara global, hal tersebut bisa dijadikan salah satu faktor masuknya budaya asing di Indonesia (Fatoni, 2022). Salah satu contohnya adalah budaya Korea Selatan (*Hallyu Wave*) yang masuk ke Indonesia dengan membawa nama K-pop (*Korean Pop*). Salah satu fenomena budaya populer global yang mengalami perkembangan

pesat sejak awal tahun 2000-an. Kehadiran grup-grup K-pop sangat berhasil menarik banyak remaja Indonesia yang kemudian membuat popularitas Korea Selatan semakin meningkat dan terbentuklah fandom K-pop yang besar di Indonesia hingga sekarang. Gelombang budaya Korea (*Korean Wave* atau *Hallyu*) tidak hanya menyebarkan musik K-pop, tetapi juga drama, film, hingga produk kecantikan. Kehadiran K-pop di Indonesia semakin kuat dengan adanya platform digital seperti YouTube, TikTok, dan X (Twitter), yang memudahkan penggemar untuk mengakses konten, berinteraksi dengan idol, dan membangun komunitas penggemar.

Salah satu aspek unik dalam budaya K-pop adalah kedekatan antara idol dengan penggemarnya yang dikelola melalui berbagai strategi komunikasi. Interaksi ini tidak hanya terbatas pada musik dan konser, tetapi juga ditampilkan melalui konten di media sosial, *variety show*, hingga *fan meeting*. Dalam perkembangannya, K-Pop tidak hanya menghadirkan hiburan musik, tetapi juga memunculkan beragam representasi sosial dan budaya, termasuk isu LGBT. Konten yang dikaitkan dengan LGBT dalam K-Pop dapat muncul dalam berbagai bentuk, misalnya pada lirik lagu, video musik, pernyataan idol yang mendukung keberagaman gender dan seksualitas, maupun interaksi antar idol yang ditampilkan di hadapan publik seperti *fanservice*. Dari berbagai bentuk tersebut, salah satu yang paling menonjol dan sering menimbulkan perdebatan di kalangan penggemar adalah *fanservice*.

Dalam penelitian ini, istilah LGBT dalam K-Pop dipersempit pada praktik *fanservice*, yaitu bentuk interaksi antaridol dengan gender yang sama yang kerap ditafsirkan sebagai hubungan romantis. *Fanservice* dipilih sebagai fokus penelitian karena sering menimbulkan beragam resepsi di kalangan penggemar, khususnya di Platform X yang menjadi ruang diskusi utama komunitas K-Pop di Indonesia. Praktik ini merupakan bagian dari strategi komunikasi dalam industri hiburan K-Pop yang menonjolkan kedekatan emosional maupun fisik antar anggota grup untuk mempertahankan keterikatan penggemar. Namun demikian, *fanservice* juga menimbulkan perdebatan karena

dianggap berkaitan dengan isu gender dan seksualitas yang sensitif, terutama dalam konteks masyarakat Indonesia yang memiliki norma sosial, budaya, dan religius yang kuat. Dalam dunia K-Pop, *fanservice* memiliki fungsi ganda. Pertama, sebagai strategi hiburan untuk menciptakan momen yang berkesan dan memperkuat ikatan emosional antara idol dengan penggemar. Kedua, sebagai strategi komersial untuk mempertahankan loyalitas penggemar dan membangun citra grup yang lebih menarik (Febianti, 2024). Kaitannya dengan wacana LGBT, *fanservice* kerap menampilkan interaksi antar idol dengan gender yang sama, sehingga memunculkan tafsiran tentang relasi homoseksual. Hal ini menimbulkan dinamika dalam fandom maupun masyarakat luas. Di satu sisi, ada penggemar yang menganggap *fanservice* sebagai ruang representasi *queer* yang memberi visibilitas pada isu LGBT. Di sisi lain, tidak sedikit yang menolak atau mengkritik *fanservice* karena dianggap bertentangan dengan nilai budaya dan agama, khususnya di negara-negara dengan norma sosial yang konservatif, termasuk Indonesia. Perbedaan pandangan inilah yang membuat *fanservice* atau wacana LGBT menjadi fenomena yang menarik untuk diteliti, khususnya dalam konteks resepsi penggemar di media sosial.

Di Indonesia, resepsi terhadap *fanservice* K-Pop yang memuat wacana LGBT menarik untuk diteliti karena masyarakat Indonesia memiliki norma sosial, budaya, dan religius yang kuat. *Fanservice* juga kerap sekali dikaitkan dengan *shipping*. *Shipping* sering kali merupakan reaksi penggemar atas perilaku idola yang saling menunjukkan kasih sayang di depan publik. *Shipping* didorong oleh seberapa besar penggemar menyukai pasangan tersebut (*pairing*) dan sering kali didasarkan pada interpretasi konten, bukan fakta hubungan nyata. Hal itu dianggap sebagai bentuk *fanservice* yang dinikmati oleh penggemar, baik didorong oleh *fanservice* dari idol itu sendiri maupun imajinasi penggemar (*fan fictional art*). Biasanya perusahaan menyadari popularitas *shipping* dan terkadang meminta idol mereka untuk saling menggoda atau berinteraksi *intens* di depan publik, yang merupakan bentuk *fanservice* terencana. Beberapa tindakan *fanservice shipping* bertujuan untuk

menarik penonton, bahkan terkadang mengarah pada *queerbaiting* (memberi petunjuk hubungan sesama jenis tanpa melanjutkannya).

Praktik ini secara tidak langsung menggambarkan isu LGBT yang kini menjadi perbincangan hangat, khususnya terkait orientasi seksual dan identitas gender. Istilah LGBT (Lesbian, Gay, Biseksual, dan Transgender) mulai digunakan sejak 1990-an sebagai bentuk istilah yang lebih inklusif dibandingkan “*komunitas gay*” (Ismail, 2022). Istilah ini mencakup berbagai identitas, diantaranya *lesbian* untuk perempuan yang tertarik pada sesama perempuan, *gay* untuk pria yang tertarik pada sesama pria, *biseksual* bagi individu yang tertarik pada kedua jenis kelamin, serta *transgender* bagi mereka yang identitas gendernya berbeda dari jenis kelamin biologisnya. Seiring dengan perkembangan budaya digital, Platform X menjadi ruang utama bagi penggemar K-Pop di Indonesia untuk berdiskusi dan berinteraksi. Selain sebagai sumber informasi, platform ini berfungsi sebagai sarana ekspresi, pembentukan komunitas, dan pengamatan opini publik secara real-time. Melalui fitur seperti *hashtag trending*, akun fanbase, dan *thread*, penggemar dapat berbagi konten serta menanggapi isu seputar idol mereka. Salah satu topik yang banyak diperbincangkan ialah unsur LGBT dalam fanservice K-Pop. Interaksi di platform ini menunjukkan beragam resepsi audiens mulai dari dukungan hingga kritik terhadap isu tersebut.

Pengumpulan data dalam penelitian ini difokuskan pada aktivitas satu akun fan, yaitu @thvjk_4ever, yang beroperasi di platform X. Akun ini mendokumentasikan sebuah grup boyband Korea Selatan yang beranggotakan 7 orang dibawah maungan BIGHIT Music bagian dari HYBE Labels. Terdiri dari RM, Suga, J-Hope, Taehyung, dan Jungkook. Dalam akun ini, ia hanya memposting dua member BTS saja, diantaranya yaitu Taehyung dan Jungkook.

Taehyung dan Jungkook beberapa tahun ini sangat digemari oleh penggemar K-Pop terutama fandomnya yang bernama ARMY. Hal ini karena Taehyung dan Jungkook terlihat sangat dekat satu sama lain, sehingga banyak memunculkan penggemar yang hanya fanatik dengan kedekatan mereka

berdua. Fenomena ini dalam fandom K-Pop adalah sebuah *Shipper*. Shipper dalam K-Pop adalah sebutan untuk penggemar yang sering menjodohkan dua idola mereka agar menjalin hubungan romantis. Dimana shipper sering membuat cerita fiksi, mengedit video, mengedit foto, atau mengonsumsi kedekatan mereka. Akun ini dipilih karena secara konsisten memproduksi membagikan konten yang berkaitan dengan interaksi antar Taehyung dan Jungkook, khususnya yang berpotensi menimbulkan wacana mengenai kedekatan emosional maupun representasi identitas gender dan orientasi seksual. Aktivitas akun tersebut diamati selama periode September hingga Oktober 2025, dengan tujuan untuk mengidentifikasi bagaimana penggemar berinteraksi dan merespons. Sebagai gambaran awal, selama bulan September – Oktober 2025, akun @thvjk_4ever memposting 8.652 postingan dan ada selalu bertambah yang tentunya memicu diskusi berkaitan dengan wacana LGBT di Indonesia. Namun, untuk menjaga kedalaman analisis, peneliti kemudian menyaring data tersebut dan memilih 3 postingan saja yang dianggap paling representatif. 3 postingan ini dipilih karena menampilkan bentuk wacana LGBT yang paling jelas dan sempat viral, menimbulkan interaksi penggemar yang signifikan, serta relevan dengan fokus penelitian mengenai resepsi penggemar di Indonesia. Dengan pembatasan ini, penelitian dapat dilakukan secara lebih mendalam dan terarah. Dari beberapa postingan tersebut, peneliti mengambil 3 postingan sebagai dasar penelitian. Diantaranya:

Tanggal Posting	: 9 Oktober 2025
Jenis Konten	: Gambar <i>fanservice</i> yang diberikan Taehyung dan Jungkook
Keterangan	: Memiliki like 3,6rb, 6 komentar, dan 482 retweet



Tanggal Posting : 13 Oktober 2025

Jenis Konten : Video editan fans mengenai *skinship/fanservice*

Keterangan : Memiliki like 1,8rb, 270 retweet dan 3 komentar



Tanggal : 9 Oktober 2025

Posting

Jenis Konten : Video editan fans mengenai *skinship/fanservice*

Keterangan : Memiliki like 2,1rb, 191 retweet dan 6 komentar



Kondisi ini menimbulkan pertanyaan penting bagi peneliti, bagaimana sebenarnya penggemar K-pop di Indonesia meresepsi wacana LGBT dalam konten *fanservice* di platform X dengan pembaharuan penelitian yaitu narasumber adalah Kpopers yang pernah melihat atau mengonsumsi konten LGBT dengan menggunakan teori analisis resepsi khayalak Stuart Hall. Teori resepsi menurut Stuart Hall merupakan pendekatan analisis khayalak yang menjadi pelopor berbagai studi, dengan menjadikan dasar penelitian pada interpretasi makna yang dibangun oleh khayalak terhadap konten media. Dalam analisis ini peneliti menggunakan pendekatan *encoding* dan *decoding* sebagaimana yang dikemukakan oleh Hall, yang membawa perubahan perspektif dalam memandang pesan, dari sudut pandang teknis menuju analisis semiotik. Teori resepsi ini menjadi acuan penelitian dengan merujuk pada berbagai kerangka kerja yang beragam, meskipun secara umum cenderung menyoroti interpretasi khayalak sebagai sumber pokok pembentukan makna dalam media (Alasuutari, 1999). Berdasarkan teori tersebut, latar belakang atau konteks yang membentuk khayalak memainkan peran krusial dalam menentukan makna yang akhirnya tercipta. Kajian mengenai resepsi khayalak penting dilakukan karena setiap individu memiliki latar belakang sosial, budaya, dan religius yang berbeda, sehingga interpretasi terhadap konten LGBT juga akan bervariasi. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat dipahami bagaimana proses pemaknaan penggemar K-Pop di Indonesia terhadap konten LGBT di platform X, serta sejauh mana nilai lokal dan global berinteraksi dalam membentuk resepsi tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, fokus masalah yang akan dibahas pada penelitian ini adalah bagaimana penggemar K-Pop di Indonesia memaknai dan merespon isu dengan wacana LGBT pada *fanservice* K-Pop di platform X pada akun @thvjk_4ever. Sehingga rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Bagaimana resepsi penggemar K-Pop di

Indonesia terhadap wacana LGBT dalam konten *fanservice* pada akun @thvjk_4ever di platform X?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana resepsi penggemar K-Pop di Indonesia terhadap wacana LGBT dalam konten *fanservice* pada akun @thvjk_4ever di platform X.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu komunikasi di antaranya:

1. Penelitian ini memperkaya ilmu komunikasi dengan melihat bagaimana konten tentang LGBT dipahami oleh penggemar K-Pop Indonesia, sehingga menambah pemahaman tentang interaksi budaya global dan lokal.
2. Penelitian ini memperluas penerapan teori resepsi Stuart Hall ke ranah media sosial X, menunjukkan bagaimana audiens digital tidak hanya menerima pesan tetapi juga aktif menafsirkan dan menyebarkan makna.
3. Penelitian ini memberi kontribusi pada kajian media tentang isu-isu LGBT, dengan menyoroti bagaimana isu gender dan seksualitas ditampilkan dalam budaya populer dan ditanggapi berbeda oleh audiens Indonesia.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penggemar, akademisi, maupun praktisi media dalam memahami bagaimana audiens Indonesia merespon konten LGBT dalam *fanservice* K-Pop. Hasil penelitian juga diharapkan dapat menjadi masukan untuk komunitas penggemar dalam membangun ruang diskusi yang lebih inklusif, serta memberikan gambaran bagi industri hiburan mengenai sensitivitas audiens terhadap isu gender dan representasi identitas di media sosial.