

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi menjadikan media sosial sebagai wadah untuk dapat melakukan interaksi dengan siapa saja termasuk para selebriti dan artis idola. Dengan media sosial seperti Instagram dan Twitter, penggemar dapat mengikuti, menyukai dan menuliskan komentar pada unggahan milik artis idola mereka. Komentar tersebut juga dapat dilihat secara langsung atau bahkan dibalas oleh artis idola tersebut. Dalam Kpop, munculnya aplikasi seperti *Lysn* dan *Weverse* yang digunakan oleh idol Kpop juga mempermudah para penggemar untuk berinteraksi dengan idola mereka. *Lysn* merupakan aplikasi komunitas penggemar yang memiliki fitur bernama *bubble*. Fitur ini berbentuk seperti ruang obrolan sehingga para penggemar akan merasa seperti mengobrol secara langsung dengan idolanya walaupun sebetulnya chat tersebut tidak ditunjukkan secara personal melainkan ditunjukkan kepada seluruh penggemar yang menggunakan fitur tersebut.

Sementara *weverse* merupakan aplikasi yang memiliki tampilan mirip dengan Twitter dimana para penggemar dapat menuliskan apa saja yang ingin mereka sampaikan kepada idolanya, apabila beruntung para idola biasanya menuliskan balasannya secara langsung. Melalui kedua aplikasi tersebut pula para idola dapat membagikan kegiatan sehari-harinya kepada penggemar.

Interaksi seperti ini mengubah penggemar yang sebelumnya hanya merupakan penonton menjadi partisipan aktif. Dengan interaksi tersebut, penggemar dapat merasa langsung terhubung dengan tokoh idolanya dan percaya bahwa mereka mengenal dekat idolanya. Hubungan semacam ini disebut *parasocial relationship* (PRS) atau hubungan parasosial (Horton & Wohl, 1956; Chung & Cho, 2014). Menurut Horton dan Wohl (1956) dalam hubungan parasosial para penggemar harus menciptakan ilusi mengenai hubungan tatap muka secara langsung dengan idolanya yang mana hal ini akan lebih banyak dibentuk oleh fantasi dikarenakan para idola tidak menyadari keberadaan penggemarnya secara personal. Karena itulah hubungan ini hanya bersifat semu.

Hubungan parasosial dimulai ketika para penggemar merasa bahwa dirinya mengenal dekat tokoh idolanya seakan-akan mereka saling mengenal di dunia nyata. Rubin dan McHugh menemukan fakta bahwa kedekatan seperti pertemanan lebih penting dalam faktor terbentuknya hubungan parasosial daripada ketertarikan secara fisik (Rubin & McHugh, 1987 dalam Chung & Cho, 2014). Seringkali karena merasa dekat, penggemar melihat idolanya tersebut sebagai sosok pasangan, teman ataupun keluarga.

Hubungan parasosial walaupun tidak terlihat berbahaya, namun dapat menimbulkan berbagai dampak negatif apabila tidak dikendalikan. Berbagai penelitian sebelumnya kerap membahas bagaimana hubungan parasosial mempengaruhi kehidupan sehari-hari dari para penggemar. Meskipun dalam beberapa penelitian telah menyebutkan bahwa dampak buruk dari hubungan parasosial dapat diatasi apabila

penggemar dapat mengidentifikasi dirinya. Namun, hubungan parasosial yang dijalin dengan idola yang hidup jauh dari mereka dapat mengakibatkan munculnya ketidakpuasan hidup, frustrasi, keterasingan atau kesepian dan kegemaran untuk melarikan diri menggunakan media sosial dari kehidupan nyata (Baek, dkk., 2013).

Hubungan parasosial walaupun sudah banyak diteliti sebelumnya, dampak buruknya masih belum banyak disadari oleh para penggemar. Masih banyak penggemar yang membiarkan dirinya terjerumus secara bebas ke dalam hubungan parasosial dan berujung menjadi obsesi. Maka dari itu, beberapa selebriti dan idola mulai menyampaikan pesan mengenai hubungan parasosial ini melalui karya mereka. Contohnya seperti karya-karya Bo Burnham dan yang terbaru yaitu NewJeans dalam karya mereka yang berjudul Ditto dan OMG.

NewJeans merupakan girlgroup Kpop baru yang dibentuk oleh anak perusahaan HYBE yaitu ADOR pada tahun 2022. Walaupun belum genap satu tahun, NewJeans telah berhasil mendapatkan atensi publik dan popularitas yang luar biasa. Lagu-lagu mereka seperti Hype Boy, Attention dan termasuk 2 lagu baru mereka yakni Ditto dan OMG sukses menempati urutan atas tangga lagu di berbagai belahan dunia. Di Indonesia sendiri, menurut akun @NJ_Spotify pada tanggal 6 januari 2023 lagu Ditto sempat berada pada tangga lagu no. 2 selama kurang lebih 19 hari di aplikasi Spotify. Lagu ini telah didengarkan sebanyak 500,279 kali, sedangkan lagu OMG berada di urutan 11 dan didengarkan sebanyak 334,326 kali.

Pada platform Youtube, video musik Ditto dirilis pada tanggal 19 Desember 2022. Video musik ini memiliki 2 bagian video yaitu side A dan side B. Kini kedua video musik tersebut telah ditonton masing-masing sebanyak 28 juta dan 15 juta kali di Youtube, sementara video musik OMG yang dirilis 2 minggu kemudian yaitu pada tanggal 2 Januari 2023 telah ditonton sebanyak 21 juta kali.

Melalui Ditto (Side A dan B) dan OMG NewJeans berusaha meningkatkan kesadaran penggemar akan hubungan parasosial yang terjadi antara idol dan penggemar. Dalam video musiknya, Ditto (side A) menceritakan tentang seorang gadis bernama Ban Heesoo yang selalu merekam kegiatan yang dilakukan bersama dengan teman-temannya semasa sekolah, mereka menghabiskan waktu bersama dengan menyenangkan, Heesoo selalu melakukan apa saja demi teman-temannya asalkan dia selalu bersama dengan teman-temannya layaknya teman dekat, seperti saat pulang sekolah dan mereka terjebak hujan, Heesoo membawa payung namun memilih untuk tidak memakainya dan berjalan menerobos hujan bersama dengan teman-temannya. Pada akhir video diperlihatkan kenyataan bahwa teman-teman yang selama ini bersamanya ternyata tidak benar-benar ada.

Kenyataan tersebut semakin diperjelas pada video musik Ditto (side B), Heesoo pada akhirnya menyadari kenyataan tentang teman-temannya, pada saat yang sama dia mulai menyukai anak laki-laki di sekolahnya. Hal tersebut membuat dirinya perlahan mulai menjauh dari teman-temannya. Video musik tersebut ditutup dengan Heesoo yang sudah beranjak dewasa dan mengenang kembali kenangan yang dia buat bersama

dengan teman-temannya yang tidak nyata melalui video rekaman. Dari kedua video musik tersebut, penggemar diibaratkan sebagai Heesoo (pelafalan penggemar NewJeans yaitu Bunnies (버니즈; beo-ni-jeu) dalam bahasa korea mirip dengan Ban Heesoo (반희수; ban-hi-su)), sementara teman-temannya yaitu member NewJeans sebagai idol. Heesoo menganggap NewJeans selalu menemaninya dimanapun dia berada padahal kenyataan yang sebenarnya NewJeans hanya menemani Heesoo dalam imajinasinya. Pada akhirnya para penggemar akan mulai sadar seperti Heesoo dan memilih kehidupannya juga melepaskan hubungan parasosialnya dengan sang idola. Selain itu, *sutradara* video musik Ditto, Shin Woo-Seok juga secara langsung mengatakan bahwa dia ingin memperlihatkan kepada penggemar bahwa hubungan antara idola dan penggemar tidak akan bertahan selamanya (Shin Woo-Seok dalam wawancara bersama MelOn, 2023).

Berbeda dengan Ditto, Shin Woo-Seok mengatakan bahwa ide video musik OMG terinspirasi dari pemikirannya saat bertemu NewJeans. “Anak-anak ini masih muda dan berpikir sangat bebas. Bagaimana jika mereka kehilangan ini karena orang salah menilai dan mengkritik mereka di masa depan? Bagaimana jika mereka mulai membatasi ekspresi mereka sebagai seniman atau sebagai manusia?” (Shin Woo-Seok dalam wawancara bersama MelOn, 2023). Maka dari itu, video musik berdurasi 6 menit ini menampilkan bagaimana para member NewJeans merasa kehilangan jati diri mereka akibat terlalu mendalami peran yang diberikan, seperti Hanni yang

menganggap dirinya iPhone karena dapat melakukan apapun yang diinginkan oleh Heesoo, Haerin dan Hyein sebagai kucing dan princess karena terlalu sering dianggap seperti itu. Minji sebagai dokter. Hanya Danielle yang mengingat mereka sebagai member NewJeans.

Hal ini selaras dengan kebiasaan yang terjadi diantara penggemar dan idola. Para penggemar cenderung mengkotak-kotakkan idola berdasarkan apa yang ingin mereka lihat dan membentuk kepribadian idola tersebut sesuai dengan apa yang ada di imajinasi mereka. Mereka terkadang juga lupa bahwa idola juga merupakan manusia yang berhak melakukan apa yang mereka inginkan tanpa memperdulikan standar yang telah dipasang publik untuk mereka (Syafitri, 2022). Hal ini apabila dilakukan terus menerus dapat mengakibatkan tekanan psikologis dan memperparah masalah kesehatan mental bagi para idol (Mysyk, 2023)

Video musik dipilih sebagai media untuk menyampaikan pesan ini kepada penggemar karena video musik dapat membantu pesan yang ada dalam musik tersampaikan dengan jelas kepada penggemar. Video musik dapat menjadi alat bantu untuk mempromosikan lagu dalam bentuk visual bagi penyanyi dan bagi penggemar video musik dapat menjadi hiburan. Dengan bantuan video musik, penggemar akan memiliki gambaran yang lebih jelas mengenai pesan yang terkandung dalam musik. Walaupun pada akhirnya tidak semua penggemar menerima pesan ini secara utuh.

Setelah dirilis, video musik Ditto dan OMG banyak mendapatkan perhatian baik dari kalangan penggemar maupun non penggemar. Salah satunya di media sosial

Twitter, beberapa *menfess* mengenai video musik NewJeans selalu mendapatkan banyak respon, bahkan salah satunya mendapatkan lebih dari seribu reply, lima ribu retweet dan lima puluh ribu like.



Gambar 1.1. Menfess Terkait Video Musik OMG

Selain itu, beberapa penggemar juga turut menyampaikan pendapatnya mengenai video musik Ditto dan OMG seperti akun @bangchanwibu yang menuliskan “kepikiran ditto tentang bunnies itu sendiri. Mungkin nwjns kayak temen yg begitu nyata buat bunnies, tapi aslinya mereka kejebak parasosial” atau akun @wondrfulrainbow yang menuliskan pendapat yang berbeda “*i’ve seen people say that Newjeans Ditto’s music video is about like parasocial relationships with idols but it definitely isn’t, it’s about like an anxious girl having imaginary friends and not being able to talk to a boy she has a crush on...why would hybe try to discourage parasocial*”

realationship lol that's literally what every kpop company is selling you the viewer". Akun lain seperti @liviatooures dan @tsukidaitasukie juga turut memberikan pendapatnya mengenai video musik OMG "Banyak spekulasi soal lagu dan mv terbaru NewJeans tapi menurutku tema yang diangkat masih serupa sama Ditto yaitu tentang parasocial relationship. *I mean look at the lyrics. It's totally giving that one sided imaginary relationship*" "BARU NONTON MV OMG NEWJEANS. SUPER SERU!! Sangat *relate* karena cowokku hanya *exist* di sistemku aja (cowok parsos dan cowok gepeng) *and yes he's one call away as well*. Apa lagu ini emang tentang aku dan teman-teman tlist ya (pertemanan pasien)".

Dari beberapa contoh komentar tersebut, setiap akun menuliskan pendapatnya yang berbeda-beda. Maka berdasarkan latar belakang tersebut penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut bagaimana penggemar NewJeans menerima pesan mengenai keadaan nyata yang terjadi antara idol dan penggemar (hubungan parasosial) yang ditampilkan dalam video musik NewJeans. Penelitian ini nantinya akan menggunakan metode analisis resepsi dari Stuart Hall untuk melihat berdasarkan latar belakang dan pandangan masing-masing apakah penggemar NewJeans menerima pesan yang disampaikan NewJeans dalam musik videonya (*Dominant hegemonic*), menerima namun dengan syarat (*Negotiated position*), atau menolak pesan yang disampaikan (*Oppositional code*).

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan fakta-fakta dan fenomena yang telah dijabarkan dalam latar belakang di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

“Bagaimana penerimaan penggemar NewJeans terhadap hubungan parasosial idol dan penggemar dalam video musik Ditto (side A & side B) dan OMG?”

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui resepsi penggemar terhadap hubungan parasosial antara idol dan penggemar dalam video musik Ditto (side A & side B) dan OMG milik NewJeans.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat membantu untuk memberikan kontribusi dalam perkembangan kajian mengenai analisis resepsi dan juga menjadi rujukan untuk kajian serupa

1.4.2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai penerimaan penggemar NewJeans mengenai video musik yang menampilkan realita hubungan antara idol dan penggemar yang salah satunya disampaikan melalui video musik Ditto (side A & side B) dan OMG milik NewJeans.