

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Penelitian ini akan membahas mengenai penerimaan generasi Z terhadap *kpopfication* politik yang terdapat pada akun X @aniesbubble. *Kpopfication* politik merupakan istilah yang kerap digunakan untuk mendeskripsikan kegiatan pengadopsian budaya penggemar K-Pop dalam membahas isu politik maupun sosok politikus. Budaya penggemar sendiri merupakan kegiatan yang dilakukan oleh orang-orang yang tergabung dalam suatu fandom (Paramitta, 2012 dalam Sa'diyah, 2019). Dalam bukunya, Herry Jenkins (2013 dalam Sa'diyah, 2019) menyatakan bahwa penggemar akan membentuk budayanya sendiri, seperti fiksi penggemar, kostum, musik, hingga video. Mereka akan membentuk ulang konten terkait idolanya yang terdapat di media massa dan menyajikannya kembali sesuai dengan keinginan dan kebutuhan.

Penggemar K-Pop atau yang biasa disebut dengan K-Popers merupakan salah satu fandom yang terkenal dengan kemasifan dan persebarannya di seluruh dunia. Tidak hanya memiliki jumlah yang besar, K-Popers juga dikenal sebagai fandom yang aktif dalam menyuarakan opini di media sosial. Berdasarkan data internal X, yang dulunya bernama twitter, pada periode 2020 – 2021 terdapat sekitar 7,5 miliar unggahan terkait K-Pop dengan Indonesia sebagai negara penyumbang unggahan terkait K-Pop terbanyak di dunia (GoodStats, 2022). Hal ini membuat K-Popers menjadi salah satu kelompok dengan suara yang berpengaruh. Mereka dapat

dengan mudah menaikkan suatu isu di media sosial sehingga isu tersebut mendapatkan perhatian lebih dari masyarakat.

Kekuatan suara penggemar K-Pop ini tidak hanya terbatas pada penyuaran opini terkait selebritas Korea Selatan maupun dunia industri hiburan semata. K-Popers di seluruh dunia juga telah menggunakan kekuatan sosial medianya untuk menaikkan isu-isu sosial dan politik, seperti menggalang donasi untuk bantuan bencana, menumbuhkan kesadaran akan gerakan *Black Live Matters*, menyuarakan aksi penolakan RUU, hingga ikut turun langsung dalam kampanye politik (Andini et al., 2021; Meliana et al., 2023).

Kampanye politik sendiri merupakan upaya terorganisir yang dilakukan untuk memengaruhi proses pengambilan keputusan dalam kelompok tertentu (Fatimah, 2018). Terdapat banyak cara yang dapat dilakukan untuk melakukan kampanye politik. Salah satu cara yang dilakukan oleh K-Popers adalah dengan mengadopsi budaya penggemar yang biasa mereka lakukan kepada idolanya untuk diterapkan kepada politikus yang mereka dukung. Seperti dengan membuat nama fandom, *fan art*, *merch*, serta konten-konten grafik yang berkaitan dengan politikus tersebut.

Salah satu contoh dukungan K-Popers kepada politikus dapat dilihat pada Pemilu Chili 2022. Pada masa Pemilu tersebut, para penggemar K-Pop di Chili beramai-ramai mendukung Gabriel Boric sebagai calon presiden yang baru. Melalui akun X @KpopersporBoric, mereka membuat konten digital berupa grafik

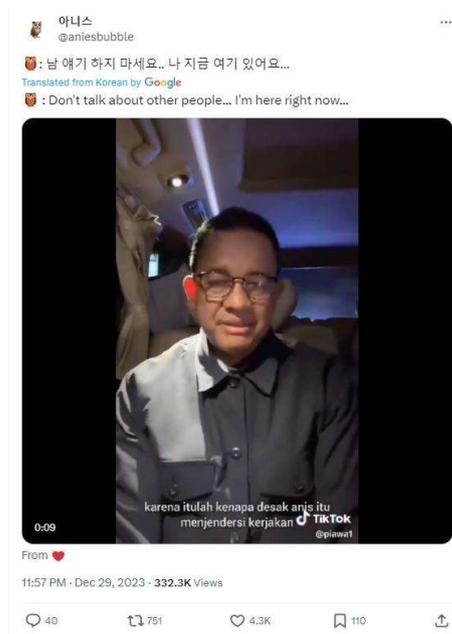
yang mudah dibagikan serta menaikkan tagar untuk menghilangkan ujaran kebencian dan berita palsu tentang Gabriel Boric yang tersebar di media sosial.

Tidak hanya secara digital, K-Popers Chili yang mengaku melakukan seluruh kegiatannya secara sukarela itu juga mengadakan *cupsleeve event*, seperti yang biasa diadakan oleh K-Popers untuk merayakan ulang tahun artis K-Pop, guna mempromosikan Gabriel Boric. Dukungan dari K-Popers kepada Gabriel Boric ini mendapatkan respons yang positif. Respons positif tidak hanya datang dari K-Popers saja, melainkan juga dari berbagai fandom lainnya, seperti penggemar anime dan Taylor Swift. Bertambahnya jumlah suara secara masif membuat Gabriel Boric berhasil memenangkan Pemilu pada putaran kedua dan menjadi Presiden Chili yang baru (Alvirtyantoro, 2024).

Pengadopsian budaya penggemar K-Pop untuk menunjukkan dukungan terhadap politikus pilihannya juga terjadi pada Pemilihan Presiden Filipina 2022. Para penggemar K-Pop maupun P-Pop di Filipina beramai-ramai menunjukkan dukungannya kepada Calon Presiden Leni Robredo. Mereka juga membuat akun dukungan untuk Leni Robredo di *platform X*, seperti akun @KS4L_Cagayan (K-Pop Stans for Leni untuk regional Cagayan) dan @KS4L_Gensan (K-Pop Stans for Leni untuk regional Gensan). Tidak hanya itu, mereka juga membuat tagar khusus, yaitu #KpopStans4Leni, warna fandom, hingga *lightstick* yang dibawa pada saat menghadiri kampanye Leni Robredo (Romero, 2022). Berbeda dengan hasil Pemilu Chili 2022, Leni Robredo yang telah mendapatkan dukungan dari fandom K-Pop maupun P-Pop hanya mendapatkan 14 juta suara. Sedangkan, kompetitornya,

Ferdinand Marcos Jr berhasil menang dengan perolehan 30 juta suara (Haryanto, 2022).

Di Indonesia sendiri, perbincangan mengenai *kpopfication politik* atau pengadopsian budaya penggemar K-Pop kepada politikus diawali dengan hadirnya akun @aniesbubble yang membuat unggahan berisi potongan video dari siaran *live* TikTok Anies Baswedan, salah satu calon presiden 2024, dengan menggunakan bahasa dan aksara Korea (*hangul*) pada 29 Desember 2023 lalu.



Gambar 1. 1: Unggahan Pertama Akun X @aniesbubble

Sumber: Akun X @aniesbubble

Unggahan tersebut sontak menarik perhatian banyak pengguna X, terutama para penggemar K-Pop. Pasalnya, unggahan yang dibuat oleh akun @aniesbubble tersebut dinilai identik dengan cara berkomunikasi yang biasa dilakukan oleh K-Popers ketika membicarakan idolanya. Beberapa bahkan ikut menambahkan komentar dan memperlakukan Anies Baswedan selayaknya anggota *boy group* K-

Pop yang biasa disebut dengan *idol*. Seperti contoh, kutipan dari akun @petzoldzzz yang mengatakan agar pendukung pasangan calon (paslon) yang lain untuk menghargai dan tidak mengganggu siaran *live* TikTok Anies Baswedan dengan berkomentar nomor urut paslon lainnya.



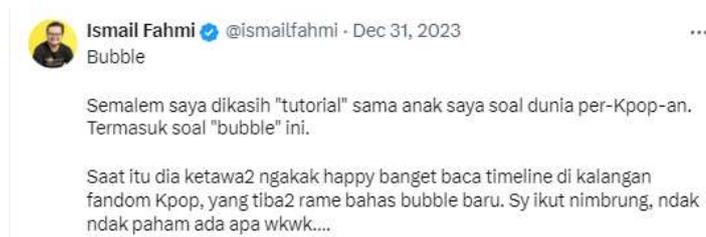
Gambar 1. 2: Tanggapan K-Popers Melalui Kutipan Unggahan Akun X
Sumber: akun X @petzoldzzz

Tidak hanya mendapatkan komentar maupun kutipan, unggahan akun @aniesbubble yang telah menjangkau lebih dari 300 ribu audiens itu juga menginspirasi K-Popers lainnya untuk berkreasi dan ikut memperlakukan Anies Baswedan selayaknya artis K-Pop. Salah satunya adalah akun @na_yuu_ta yang membuat prototipe *photocard* Anies Baswedan dengan desain yang identik dengan *photocard* artis K-Pop. Tidak hanya desain, gaya penulisan, penyebutan nama klub penggemar, hingga penggunaan tagar pada unggahan ini pun dibuat menyerupai gaya komunikasi yang biasa digunakan oleh agensi yang menaungi artis K-Pop.



Gambar 1. 3: Desain Fan Merch yang Dibuak oleh K-Popers
(Sumber: X @na_yuu_ta)

Masifnya jumlah K-Popers Indonesia yang menggunakan aplikasi X membuat perbincangan mengenai *kpopfication* terhadap Anies Baswedan tidak lagi menjadi topik yang hanya diketahui oleh K-Popers semata. Meluasnya ranah perbincangan terkait *kpopfication* terhadap Anies Baswedan di akun @aniesbubble pun memunculkan reaksi yang beragam. Terdapat pihak yang tertarik hingga mempelajari istilah-istilah yang digunakan dalam fandom K-Pop seperti akun @ismailfahmi.



Gambar 1. 4: Tanggapan Pengguna X yang Tertarik dengan Akun X @aniesbubble
(Sumber: X @ismailfahmi)

Terdapat pula pihak yang menganggap *kpopfication* politik dapat menjadi media untuk meningkatkan kesadaran dan ketertarikan terhadap politik sehingga

dapat menimbulkan keinginan untuk mencari informasi yang akurat dan menggunakan hak pilihnya dengan baik seperti yang ditulis akun @twentysickseu.



Gambar 1. 5: Tanggapan Pengguna X yang Netral terhadap Akun X @aniesbubble
(Sumber: X @twentysickseu)

Namun, terdapat pula pihak yang menentang pencampuran budaya penggemar dengan politik karena dapat mengakibatkan timbulnya pengidolaan terhadap politikus. Menurut akun X @frankaalexa, pengidolaan terhadap politikus ini merupakan hal yang berbahaya karena dapat membuat masyarakat lupa bahwa politikus merupakan pihak yang memiliki kuasa dan perlu dikritik oleh masyarakat.

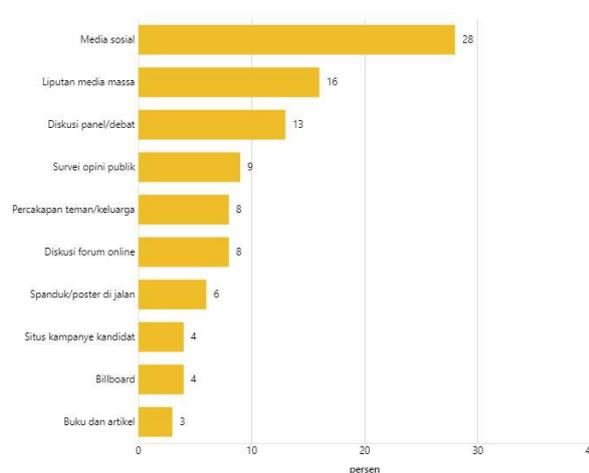


Gambar 1. 6: Tanggapan Pengguna X yang Kontra terhadap Akun X @aniesbubble
(Sumber: X @frankaalexa)

Melihat adanya polarisasi pendapat terkait akun @aniesbubble yang ramai di media sosial ini membuat penulis tertarik untuk meneliti lebih dalam mengenai penerimaan masyarakat terkait hadirnya akun @aniesbubble dan *kpopfication*

politik yang terdapat pada akun tersebut. Penelitian akan berfokus pada penerimaan generasi Z yang telah memiliki hak suara pada Pemilu 2024. Pemilihan generasi Z didasari alasan bahwa generasi yang lahir pada rentang tahun 1995 – 2010 ini merupakan pemilih pemula yang memegang lebih dari 20% atau 46.800.161 suara pada Pemilu 2024 (Muhammad, 2023; Seemiller et al., 2018). Besarnya jumlah pemilih pemula membuat mereka memiliki kekuatan dan pengaruh yang besar dalam kontestasi Pemilu.

Selain itu, ramainya pembicaraan mengenai Anies Baswedan di media sosial pasca adanya *kpopfication* terhadap beliau pun tentunya akan membawa pengaruh pada penerimaan dan pembentukan pandangan politik generasi Z. Hal ini sesuai dengan hasil survei Populix terhadap 1000 orang responden berusia 17 – 39 tahun yang menyatakan bahwa media sosial merupakan sumber informasi utama anak muda untuk mengenal calon presiden dengan persentase sebanyak 28% (Annur, 2024).



Gambar 1. 7: Sumber Informasi Utama Anak Muda untuk Mengetahui Calon Presiden
(Sumber: Katadata)

Melalui metode analisis resepsi terhadap generasi Z yang telah memiliki hak pilih, peneliti akan menggali lebih dalam mengenai penerimaan generasi Z terhadap *kpopfication* politik yang terdapat pada akun X @aniesbubble. Metode ini akan melihat bahwa audiens merupakan khalayak yang aktif dalam memproduksi makna dari berbagai wacana konten yang ditampilkan media (Fitriya et al., 2023). Pemaknaan tersebut nantinya akan diklasifikasikan ke dalam tiga posisi, yaitu hegemoni dominan bagi audiens yang setuju dengan wacana yang dibangun, posisi negosiasi bagi audiens yang netral, serta posisi oposisi bagi audiens yang bertentangan dengan *kpopfication* yang terdapat pada akun @aniesbubble.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan permasalahan dari penelitian ini adalah “Bagaimana penerimaan generasi Z terhadap *kpopfication* pada akun X @aniesbubble di masa pemilihan presiden 2024?”

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah “Untuk menganalisis penerimaan generasi Z terhadap *kpopfication* pada akun X @aniesbubble di masa pemilihan presiden 2024.”

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Secara akademis, penelitian ini dapat memperkaya literatur dalam bidang komunikasi yang menggunakan analisis resepsi sebagai kajian teori.

Selain itu, adanya penelitian ini juga dapat menambah bahan diskusi terkait partisipasi anak muda di ranah politik.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara parktis, dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman terkait penerimaan generasi Z terhadap penggunaan unsur K-Pop dalam melakukan komunikasi politik.