

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Budaya populer atau budaya pop merupakan fenomena budaya yang dihasilkan dari globalisasi dan kini paling disukai secara luas oleh masyarakat. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, budaya populer adalah budaya yang dikenal dan digemari oleh kebanyakan masyarakat pada umumnya, relevan dengan kebutuhan masyarakat pada masa sekarang, serta mudah dipahami dan diterapkan dalam kehidupan sehari – hari. Munculnya budaya populer merupakan salah satu efek dari globalisasi yang mengandalkan unsur hiburan dan kesenangan (Reeves, 2004 h. 163). Suatu budaya yang akan memasuki dunia hiburan pada umumnya akan menempatkan unsur populer, dan kemudian budaya tersebut akan memperoleh kekuatannya melalui media massa yang nantinya masyarakat akan digunakan pada kehidupan sehari – hari (Hong, 2014 h. 91).

Salah satu budaya populer yang meliputi budaya tradisional Korea Selatan yang dipadukan dengan budaya pop adalah *Korean Wave* atau dapat disebut juga dengan *Hallyu*. *Korean Wave* merupakan istilah yang diberikan pada fenomena demam budaya pop Korea yang menyebar ke berbagai penjuru dunia

melalui media massa, internet, maupun televisi. Adanya *Hallyu* menimbulkan ketertarikan masyarakat luar akan budaya Korea.

Seperti yang tertulis di situs *Ministry of Foreign Affairs Republic of Korea*, fenomena *Hallyu* pertama kali muncul pada pertengahan 1990-an setelah Korea mengadakan hubungan diplomatik dengan Tiongkok pada tahun 1992, kemudian Drama TV Korea serta musik popnya mulai mendapatkan popularitas di antara komunitas berbahasa Cina. Pada tahun 1997, saat drama TV berjudul “*What Is Love?*” ditayangkan oleh *China Central Television (CCTV)*, drama tersebut menempati peringkat ke 2 dalam konten video impor sepanjang masa di China.

Setelah itu, musik pop Korea terutama musik tarinya mulai dikenal para remaja Tionghoa sesudah diperkenalkan di awal tahun 1997 oleh acara radio bernama *Seoul Music Room*, di Beijing. Konser boyband bernama H.O.T yang diselenggarakan di Beijing Workers’ Gymnasium, pada Februari 2000 menghasilkan budaya pop Korea. Laporan berita Korea memakai istilah *Hallyu* atau *Korean Wave* untuk menggambarkan konser ini. *Korean Wave* diperkenalkan di dalam sebuah artikel terbitan Beijing Youth Daily pada awal November 1999 yang kemudian dikenal masyarakat hingga sekarang (Kedutaan Besar Republik Korea untuk Republik Indonesia, 2012).

Pemerintah Korea Selatan dianggap sukses dalam mempromosikan budaya populernya melalui media seperti drama, film, dan lagu. Fenomena *Korean Wave* tidak hanya muncul sebagai pengaruh budaya, tapi juga membuat Korea

Selatan terlihat lebih ramah dan familiar di antara negara – negara Asia (Rastati, 2018). Seiring berjalannya waktu, budaya Korea pun banyak diimplementasikan dalam kehidupan sehari – hari khususnya bagi para pecinta budaya Korea, mulai dari fashion, make up, korean skincare, makanan, gaya bicara, hingga bahasa (Sarajwati, 2020).

Kemajuan teknologi menjadi salah satu unsur suksesnya fenomena *Korean Wave*. Jangkauan pemberitaan media yang kini semakin meluas, memudahkan orang – orang untuk mengakses informasi yang diinginkan melalui media massa. Media massa menghilangkan batas – batas pesan dan informasi yang tersebar antar tempat tanpa batas waktu dan ruang dan dapat mempopulerkan suatu produk budaya. Akibatnya, apa yang diproduksi oleh media akan diterima oleh publik menjadi suatu nilai atau budaya yang bahkan dapat dijadikan panutan bagi masyarakat.

Media massa terbukti membawa peran yang sangat penting sebagai bukti pada menjadi populernya budaya yang dimiliki Korea Selatan tersebut. Perluasan *Hallyu* tidak lepas dari media baru khususnya Youtube, Twitter, dan Instagram yang membuat fenomena ini diketahui oleh banyak orang di dunia. Adapun situs – situs yang menyediakan saluran spesifik program – program Korea Selatan yang dapat dinikmati dengan mudah. Tidak mengherankan dengan adanya kemudahan ini akhirnya memunculkan komunitas penggemar budaya Korea. Awalnya, *Hallyu* ini hanya menyebar di negara – negara Asia sekitar Korea Selatan seperti Cina dan Jepang. Namun, hingga kini *Hallyu* sudah menyebar banyak negara mulai dari Asia hingga Amerika dan juga Eropa.

Indonesia menjadi salah satu negara yang memiliki komunitas penggemar *Hallyu* terbesar. Berdasarkan penelitian dengan menganalisa viewers youtube untuk konten Korea yang dilakukan oleh BLIP (2020) menyimpulkan bahwa Indonesia berada di posisi kedua dari seluruh dunia sebagai negara dengan jumlah penonton terbanyak sebesar 9,9% dengan jumlah total 2,62 Miliar *views*. Hal ini menunjukkan bahwa budaya Korea sangat di gandrungi oleh masyarakat Indonesia.

Ketertarikan masyarakat Indonesia terhadap budaya Korea dapat ditunjukkan lewat bagaimana cara warga negara Indonesia berpakaian, bermusik, gaya rambut hingga pola makan. Seperti yang dikatakan Wapres Ma'ruf Amin pada pidatonya untuk peringatan 100 tahun kedatangan orang Korea di Indonesia, Minggu, 20 September 2020 "Saat ini anak muda di berbagai pelosok Indonesia juga mulai mengenal artis K-Pop dan gemar menonton drama Korea" (Kamil, 2020).

Membicarakan mengenai *Hallyu* tentunya tidak akan jauh dari Korean Pop atau biasa dikenal dengan K-Pop. K-Pop merupakan sebutan untuk musik pop Korea yang memadukan musik dan koreografi yang energik, dimana hal tersebut menjadi keunikan tersendiri dalam menarik perhatian para penggemarnya. BTS, BLACKPINK, Super Junior, dan Girl's Generation adalah beberapa nama group idol yang telah dikenal secara luas oleh masyarakat. Berkat penampilan panggung mereka yang memukau, vocal yang baik, koreografi yang menarik, dan juga visual yang rupawan, K-Pop akhirnya mendapatkan perhatian masyarakat.

Fenomena *Korean Wave* ini tak jarang membuat banyak orang bermimpi untuk ikut menjadi seorang K-Pop idol. Namun, hal tersebut tentu tidaklah mudah untuk diwujudkan. Meskipun mereka terlihat mudah dan karismatik ketika tampil di atas panggung, tetapi hal tersebut terjadi karena hasil dari kerja keras dan latihan selama bertahun – tahun dan bukan semata – mata dikarenakan talenta saja. Tidak hanya itu, kehidupan menjadi seorang K-Pop idol juga tidaklah mudah karena banyaknya larangan dan juga aturan yang harus dijalani. Selain itu, standar dan batasan antara idola perempuan dan laki – laki pun juga berbeda. Idola perempuan biasanya akan diberikan standar ganda. Hal ini didasarkan dengan masalah ketidaksetaraan atau diskriminasi gender yang masih terbilang cukup tinggi di negeri Ginseng tersebut.

Masalah ketidaksetaraan gender di Korea masih cukup tinggi, dimana masih banyak yang menganggap laki – laki tidak perlu diberi batasan terhadap apa yang mereka lakukan, sedangkan perempuan lebih diberi batasan dalam banyak hal. Masalah ini pun juga terjadi dalam kehidupan para idol K-Pop baik secara profesional maupun pribadi. Idol laki – laki akan lebih banyak mendapatkan pujian dibandingkan idol perempuan yang lebih banyak menerima kritikan. Menurut Kim Sujeong, seorang Profesor Ilmu Komunikasi dari Universitas Nasional Chungnam, publik memperlakukan selebriti wanita dengan lebih kasar dikarenakan struktur sosial di Korea Selatan yang patriarki dimana masyarakat didominasi oleh laki – laki. Sebagai seorang idol K-Pop perempuan, mereka dituntut untuk berperilaku polos, lemah lembut, dan imut – imut.

Seperti ketika Irene, salah satu anggota idola K-Pop dari girlgroup Red Velvet membagikan kepada penggemarnya dalam sebuah *fanmeeting* di tahun 2018 bahwa dia baru saja selesai membaca buku Kim Ji Young, Born 1982, novel berisikan tentang feminisme karya Cho Nam Joo (2016). Novel tersebut berisikan kritik terhadap budaya Korea Selatan yang masih sangat patriarkal, dimana patriarki merupakan sebuah sistem yang menempatkan laki – laki dewasa pada posisi sentral atau yang terpenting. Mengetahui sang idola membaca novel feminisme itu, banyak warganet laki – laki akhirnya mengecam perempuan tersebut. Respon yang berbeda didapatkan ketika Yoo Jae Suk, seorang komedian dan presenter terkenal juga membaca novel yang sama. Yoo Jae Suk tidak mendapatkan kecaman seperti apa yang diterima Irene. Hal ini menunjukkan bias publik terhadap perempuan dan laki – laki ketika membahas tentang kesetaraan gender.

Standar ganda yang dilekatkan pada perempuan juga dialami oleh Hwasa, anggota dari group MAMAMOO. Pada acara musik MAMA 2018 dan SBS Gayo Daejeon 2018, Hwasa mengenakan pakaian yang dinilai sangat kontroversial sebab memperlihatkan terlalu banyak kulit dan diklaim sangat ketat. Saat idola perempuan merasa nyaman dan percaya diri akan tubuh mereka sendiri, warganet akan mempermalukan & menyerang mereka. Komentar – komentar mengenai body shaming juga ditujukan kepada Hwasa. Lain halnya jika idola lelaki yang tampil di atas panggung dan memamerkan tubuh sebagai bagian dari performanya. Kritik pedas atau ungkapan jahat tidak akan dilontarkan oleh warganet. Hal ini menunjukkan adanya bias pilih kasih.

Meskipun begitu, Hwasa bersama ketiga anggota MAMAMOO lainnya tetap berkarya bahkan merilis “HIP”, lagu yang memberikan pesan mengenai percaya diri dan tidak mengacuhkan ucapan orang lain yang membentuk diri kita merasa kecil. Selain itu, pada musik video “HIP”, MAMAMOO memberikan urgensi tentang perubahan iklim, dukungan untuk komunitas LGBTQ+, hingga wanita di posisi pemimpin.

Maka dari itu, banyak group idol yang akhirnya berusaha memperjuangkan masalah ketidaksetaraan ini. Semakin banyak idol yang menyampaikan pesan positif kepada penggemarnya. Dengan menggunakan media massa, lagu, music video, koreografi, dan juga media sosial, menjadi saluran bagi para idola ini untuk memberikan kesadaran dalam fandomnya juga masyarakat. Tindakan mereka ini menunjukkan, menjadi perempuan berarti mereka mempunyai kendali atas tubuh, emosi, serta pikiran mereka sendiri.

1.2 Identifikasi Masalah

Masalah ketidaksetaraan gender masih sering terjadi di berbagai negara, khususnya di Korea Selatan. Mengingat negara ini mempunyai perekonomian yang maju, ternyata masyarakat Korea Selatan masih memiliki persoalan ketidaksetaraan gender yang cukup tinggi. Keadaan ini terjadi karena Korea Selatan merupakan negara yang masih sangat patriarkal, dimana laki – laki mempunyai kedudukan lebih tinggi dibandingkan dengan perempuan. Permasalahan ini belum menunjukkan indikasi terwujudnya kesetaraan atau

equality antara laki – laki dan perempuan yang merupakan bentuk dari ketidakadilan (Atara, 2020).

Ketimpangan ini pun terjadi di dalam berbagai bidang, dimulai dari pendidikan, politik, dan pekerjaan. Masalah ini juga diberlakukan untuk kehidupan para idola K-Pop, baik disaat mereka berada di atas panggung hingga ke kehidupan pribadi mereka. Saat mereka tidak sesuai atau berada di luar standar masyarakat, mereka akan langsung diserang dan menerima celaan dari publik. Standar ganda yang ditujukan terhadap idola perempuan tidak jarang membuat banyak dari mereka yang berusaha untuk menyuarakan ketimpangan atas ekspektasi yang tidak adil ini.

Melalui kepopulerannya, para idola K-Pop ini menggunakan kekuatan media sosial sebagai sarana untuk memberikan kesadaran ke dalam fandomnya dan juga masyarakat. Tidak hanya memberi publik penampilan panggung yang memukau dan visual yang rupawan untuk menarik perhatian banyak orang, tetapi para idola tersebut juga berupaya menyebarkan pesan positive bagi banyak orang. Maka dari itu, dengan menyerukan tentang ketimpangan ini, maka diharapkan segala bentuk perlakuan berbeda yang diterima para perempuan akan berkurang.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana upaya idola K-pop perempuan membangun *awareness* mengenai kesetaran gender melalui media sosial?”

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui upaya yang dilakukan idola K-Pop perempuan menggunakan saluran media sebagai platform sosial mereka untuk memberi kesadaran mengenai kesetaraan gender.

1.5 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini adalah untuk memberikan wawasan mengenai teori maupun metode penelitian di bidang ilmu komunikasi, khususnya dalam komunikasi gender tentang bagaimana idola K-Pop perempuan membangun kesadaran akan kesetaraan gender melalui media sosial.

1.6 Sistematika Penelitian

Skripsi dengan judul “BIAS GENDER PADA K-POP: KESETARAAN GENDER SEBAGAI SEBUAH UPAYA DARI GIRL GROUP MAMAMOO MELALUI MEDIA SOSIAL” yang terdiri dari enam bab.

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini memuat latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II : OBJEK DAN SUBJEK PENELITIAN

Bab ini berisi objek dan subjek penelitian yang dituju yang berkaitan dengan penelitian.

BAB III : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan konsep – konsep dan pengertian – pengertian mendalam yang akan mendukung penelitian ini.

BAB IV : METODE PENELITIAN

Bab ini memuat metode – metode penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian kualitatif dan berisikan pengumpulan data untuk penelitian ini.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan hasil dari penelitian yang didapat dan pembahasan mendalam mengenai penelitian ini.

BAB VI : PENUTUP

Bab ini merupakan bagian penutup dari penelitian ini, dimana peneliti akan memberikan kesimpulan dan juga saran dari penelitian ini.

