

BAB I

PENDAHULUAN

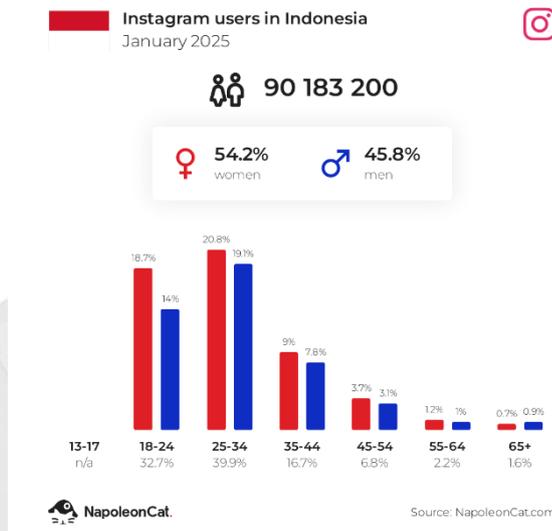
1.1. Latar Belakang

Pada era digital ini, kemajuan teknologi media komunikasi online memberi dampak yang signifikan bagi perkembangan budaya populer, khususnya internet. Ratheeswari menyatakan “*They are playing salient roles in work places, business, education, and entertainment*” (Ratheeswari, p. 1, 2018). Inovasi teknologi yang tercipta dengan kemunculan internet memberi banyak manfaat dalam mempermudah pekerjaan dan kebutuhan manusia.

Semakin ramai orang menggunakan internet. Kemudahan mengakses internet memberi kemudahan pula bagi orang-orang untuk mengetahui perkembangan dunia (Wahyudi & Sukmasari, 2018). Ditambah dengan berbagai fitur dari media sosial seperti Instagram, Facebook, TikTok, X, WhatsApp yang kerap kali dimanfaatkan pengguna untuk berdiskusi, mempromosikan barang dan jasa yang ditawarkan. bahkan membangun komunitas secara *online*. Komunitas *online* didefinisikan oleh Hummel & Lechner (2002) sebagai anggota-anggota sukarela yang bertujuan dalam kesejahteraan kolektif dengan berbagi pengalaman, pengetahuan, dan interaksi satu sama lain, serta memberikan kontribusi pada kolektivitas menggunakan internet. Komunitas *online* menjadi contoh nyata bahwasanya konektivitas tidak hanya terbatas oleh perjumpaan fisik melainkan juga dapat dilakukan dari dunia maya.

Komunitas virtual sebagaimana yang digambarkan pada penelitian Noviani dan Wijayanti (2022) pada akun Instagram @singlemomsindonesia. Penelitian ini menggunakan teori komunikasi kelompok, komunitas virtual, serta media sosial dalam proses analisis budaya komunitas *online* dengan metode netnografi. Hasil penelitiannya menyatakan Instagram @singlemomsindonesia membentuk keberadaan komunitas virtual yang membantu ibu tunggal untuk merasa lebih kuat dalam menghadapi stigma serta tantangan hidup. Akun Instagram ini berperan sebagai medium komunikasi yang efektif bagi komunitas ibu tunggal untuk berbagi pengalaman, dukungan, dan informasi.

Instagram adalah salah satu media sosial terpopuler yang digunakan oleh komunitas *online* untuk berbagi cerita. Instagram merupakan situs berbagi foto dan video dengan fitur yang canggih sehingga membantu penggunanya untuk berbagi dengan mengunggah momen dari kehidupan sehari-hari (Diyanto et al., 2024). Dengan total populasi penduduk Indonesia sebesar 293.607.000 (population.un.org) Instagram memiliki pengakses sebanyak 90.183.200 berdasarkan laporan data statistik yang dikumpulkan oleh NapoleonCat per Januari 2025. Tidak hanya menjangkau skala nasional, platform ini juga memiliki cakupan global, memfasilitasi penggunanya untuk tetap terhubung dengan tren dan topik yang sedang ramai dibicarakan, termasuk K-Pop.



Gambar 1.1 Data Statistik Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia 2025 (Sumber: NapoleonCat.com, 20 Januari 2025)

Bagi penggemar K-Pop, Instagram menjadi ruang interaksi yang luas untuk membagikan konten, mengikuti perkembangan idola, serta berpartisipasi sehingga hal ini mendorong terbentuknya komunitas-komunitas *online* yang menjadi sarana bagi para penggemar dalam mengekspresikan diri serta mempererat hubungan antaranggota dengan ketertarikan yang sama, lebih tepatnya dalam preferensi musik dan tari. Seperti yang diteliti oleh Suci dan Heniwaty (2024) mengenai keberadaan budaya *dance* Korea pada komunitas Cloudy Dancer. Temuan yang didapat ialah *dance* Korea menjadi bukan hanya tarian tetapi juga bentuk ekspresi seni. Komunitas Cloudy Dancer menjadi wadah untuk menggabungkan kreativitas dan mendapatkan pengakuan di tingkat yang lebih luas. Penelitian ini memiliki jenis penelitian deskriptif kualitatif dengan sampel para remaja yang tergabung dalam komunitas *dance* beserta dengan pimpinan komunitasnya. Dengan teori Korean Wave dan Pop Culture, penelitian ini

membahas bagaimana preferensi anak remaja dalam mempelajari *dance* Korea.

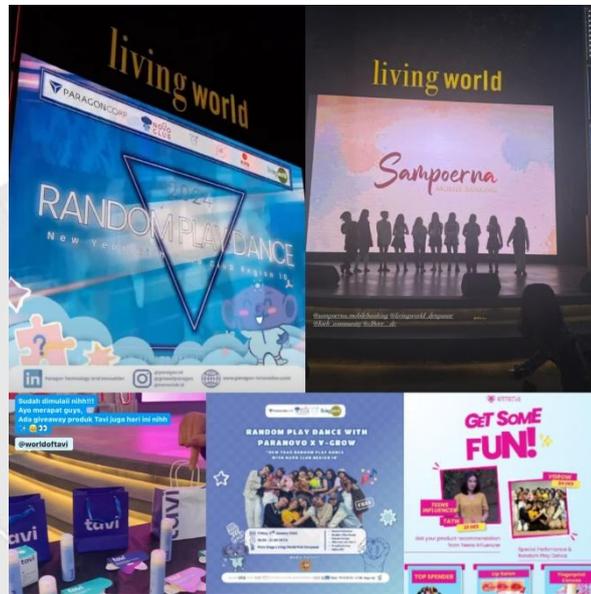
Selaras dengan kajian netnografi pada komunitas *dance cover* K-Pop di akun Instagram @invasion_dc bahwasanya anggota membangun identitas sebagai bagian dari komunitas serta terlibat dalam latihan, diskusi, dan pembuatan konten (Putri et al., 2025). Berdasarkan observasi yang dilakukan melalui interaksi dan analisis dokumentasi unggahan foto, video, serta komentar komunitas lalu dikaitkan dengan konsep Komunitas Virtual serta budaya Hallyu, penelitian ini mengemukakan komunitas sebagai tempat pengembangan keterampilan dan relasi sosial melalui Instagram yang berfungsi sebagai media utama dalam membangun serta menarik audiens dari interaksi konten yang dihasilkan.

Banyak penggemar K-Pop melakukan *dance cover* dari grup dan musik yang mereka senangi. Salah satunya pada akun @vgrow.officialdc, sebuah komunitas *dance cover* K-Pop di Bali. Berbeda dengan komunitas *dance* K-Pop lainnya yang mungkin berawal dari *sponsorship event organizer*, kursus tari, atau lembaga tertentu (Wijawa, 2017), komunitas ini berkembang secara independen tanpa afiliasi resmi dengan agensi hiburan atau institusi manapun untuk eksis di awal pembentukannya, Namun, seiring dengan konsistensi mereka dalam berbagi konten *dance cover* di Instagram dan mengadakannya di ruang publik, komunitas ini perlahan semakin dikenal oleh masyarakat setempat hingga mengadakan audisi untuk menerima anggota baru. Hal ini

terlihat pada Bio Instagram mereka yang mencantumkan link pendaftaran untuk bergabung dalam komunitas.

Seiring berkembangnya komunitas, mereka berhasil membangun jangkauan yang luas dan mendapatkan sponsor dari brand ternama seperti Tavi, Emina, Sampoerna Mobile Banking, dan Novo Club. Di lain sisi, keterlibatan komunitas ini dalam kompetisi *Random Play Dance* yang tidak hanya menarik partisipasi anggota komunitas, tetapi juga melibatkan penggemar K-Pop lain untuk ikut serta. Hal ini menunjukkan bahwa komunitas *dance* K-Pop tidak hanya eksis secara internal, tetapi juga memiliki keterlibatan dengan ekosistem yang lebih luas, baik di dalam komunitas K-Pop maupun dengan berbagai pihak di luar komunitas tersebut (Monika, 2020). Namun, sudah dalam beberapa waktu belakangan ini VGrow tidak lagi mendapatkan dukungan sponsorship dari *brand* ternama. Begitu pula dengan pola interaksi di akun Instagram yang setiap melakukan pengunggahan konten, jumlah *like* dan komentar kian hari makin berkurang. Hal ini tentu mengkhawatirkan bagi penurunan bahkan penghambatan jangkauan komunitas yang lebih luas. Uniknya, ketika VGrow melakukan aktivitas secara luring, para audiens dan anggota yang datang ke lokasi tetap konsisten ramai dan meriah dalam mengisi acara. Dengan berbagai keunikan ini, penelitian tentang akun [@vgrow.officialdc](https://www.instagram.com/vgrow.officialdc) mengisi gap dalam studi komunitas K-Pop di Indonesia, khususnya dalam memahami bagaimana komunitas independen dapat berkembang, memperoleh sponsor, dan

memperluas jangkauan mereka melalui media sosial, tanpa dukungan langsung dari industri hiburan atau institusi formal.



Gambar 1.2 *Sponsorship Event* Komunitas VGrow
(Sumber: Instagram/@vgrow.officialdc, 19 Februari 2025)

Berdasarkan penelitian terdahulu yang sejenis, penelitian ini mengacu pada metode netnografi dalam menganalisis interaksi komunitas virtual di Instagram, dikarenakan observasi yang dilakukan berdasarkan data yang tersedia pada internet dalam meneliti antropologi manusia secara *online*, khususnya pada akun @vgrow.officialdc. Maka, penelitian ini memperkuat relevansinya dalam menganalisis peran Instagram untuk membentuk, mempertahankan, dan mengembangkan komunitas *dance* K-Pop di Bali. Urgensi penelitian ini relevan untuk para stakeholders seperti *Event Organizer*, *brand*, dan industri hiburan yang ingin bekerja sama dengan komunitas berbasis hobi dalam rangka kegiatan promosi. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada bagaimana akun @vgrow.officialdc

memanfaatkan Instagram dalam proses pengembangan komunitasnya serta menawarkan perspektif baru dengan menelaah bahwa media sosial tidak hanya digunakan untuk berbagi konten, tetapi juga membangun keterlibatan anggota komunitas secara aktif dalam dunia nyata, termasuk melalui latihan, kompetisi, dan pertunjukan langsung. Sesuai dengan permasalahan yang sudah dipaparkan di atas, maka peneliti membatasi rancangan pada “Peran Media Sosial dalam Pengembangan Komunitas *Dance* K-Pop pada Akun Instagram @vgrow.officialdc di Bali”.

1.2. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian di atas, maka pertanyaan penelitian ini adalah “Bagaimana peran media sosial dalam pengembangan komunitas *dance* K-Pop pada akun Instagram @vgrow.officialdc di Bali?”

1.3. Tujuan Penelitian

Mengacu pada pertanyaan penelitian dan perumusan masalah yang telah dijabarkan, maka penelitian bertujuan untuk menganalisis peran media sosial dalam pengembangan komunitas *dance* K-Pop pada akun Instagram @vgrow.officialdc di Bali.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Akademis

Penelitian ini memperkaya kajian ilmu komunikasi, khususnya dalam studi media sosial dan komunitas virtual. Hasil penelitian dapat menjadi referensi bagi akademisi yang meneliti interaksi digital dan pengembangan komunitas berbasis hobi melalui media sosial.

1.4.2. Manfaat Praktis

Penelitian ini bermanfaat bagi komunitas *dance* K-Pop dalam mengoptimalkan media sosial untuk pertumbuhan komunitas. Selain itu, hasil penelitian dapat menjadi acuan bagi *brand*, *event organizer*, dan industri kreatif dalam memahami potensi komunitas digital sebagai mitra dalam promosi dan kolaborasi.