

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

New media adalah media yang menggunakan internet berbasis teknologi, berkarakter, fleksibel, berpotensi interaktif, serta dapat berfungsi secara privat atau publik. New di artikan baru sedangkan media berarti alat yang digunakan komunikator untuk mengirim pesan kepada komunikan. Jadi bisa dimaknai bahwa new media adalah alat yang digunakan komunikator untuk mengirim pesan kepada komunikan (Rahmanita Ginting, 2021).

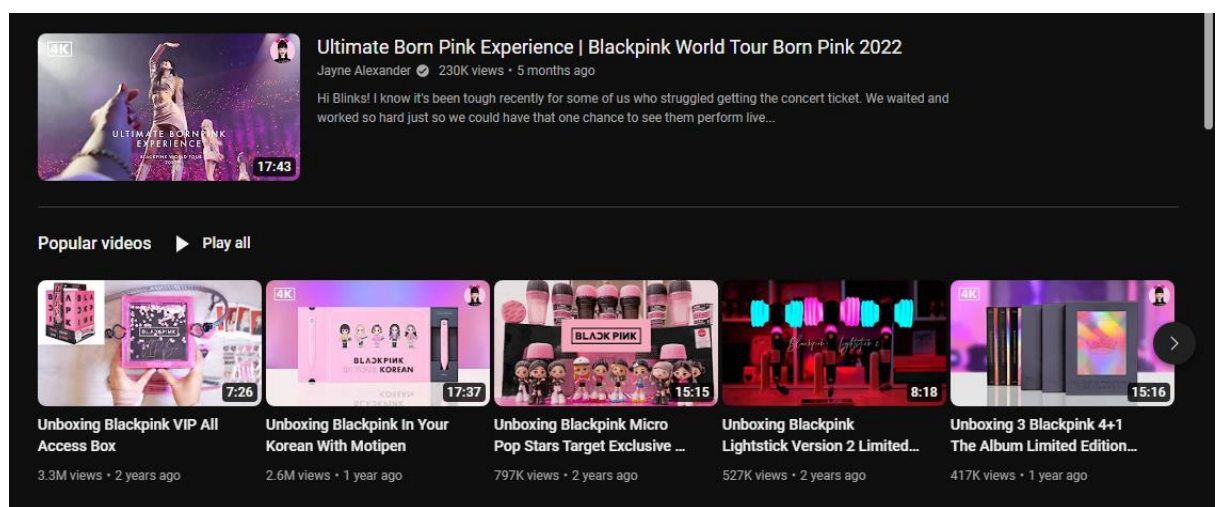
Media sosial adalah alat bantu dalam menyampaikan informasi dari seseorang kepada seseorang atau kelompok untuk mencapai tujuan individu ataupun tujuan kelompok. Media sosial merupakan medium di internet yang memungkinkan penggunaanya mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, saling berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lainnya dan membentuk ikatan sosial (Nasrullah, 2016:13).

Sama halnya dengan youtube yang menyampaikan pesan lewat unggahan video dan penerima pesan hanya dapat berinteraksi melalui kolom komentar. Youtube membebaskan setiap orang untuk mengunggah video, maka dari itu konten yang disuguhkan oleh platform youtube ini sangat beragam. Mulai dari konten berisikan edukasi, hiburan, dan informasi. Youtube media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat di indonesia. Hal ini dapat dilihat dari hasil survei yang dilakukan oleh i populix. Menurut survei yang dilakukan oleh populix yang diikuti 1.023 responden. Youtube merupakan platform yang paling banyak digunakan oleh masyarakat indonesia pada awal tahun 2022 yaitu sebanyak 94%.

Salah satu konten yang banyak dibagikan pada platform youtube adalah konten unboxing. Konten ini memperlihatkan bagaimana seseorang memperlihatkan produk yang dibeli untuk di unboxing. Salah satu konten kreator yang mengunggah konten unboxing khususnya merchandise blackpink, yaitu Jayne Alexander. Jayne Alexander merupakan penggemar blackpink yang

membuat konten unboxing berbagai merchandise blackpink di youtube. jayne memiliki pelanggan youtube lebih dari 145 ribu dan di tonton sebanyak 3,3 juta tayangan. Setelah peneliti meneliti konten dari Jayne Alexander banyak dari merchandise blackpink yang ia unboxing mulai dari album, vinyl, kotak perhiasan blackpink, DVD, light stick, casing handphone, alat make up pakaian dan topi, barang merchandise yang Jayne peroleh yaitu dari YG Entertainment dan barang tersebut terbukti original.

Image 1. Penonton pada Tayangan Konten Unboxing Jayne Alexander



Sumber: Youtube Jayne Alexander

Terpaan adalah intensitas keadaan khalayak dimana seseorang atau kelompok terpapar pesan-pesan yang disebarkan oleh media Elvinaro Ardianto (2014:168). Para blink terkena pesan yang disampaikan oleh konten kreator Jayne Alexander sehingga mereka (blink) membeli produk merchandise blackpink secara berlebihan dengan hal tersebut menimbulkan sifat konsumerisme para fandom blink.

Terpaan media dapat diartikan sebagai mendengarkan, melihat, dan membaca pesan media atau memiliki pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut yang dapat terjadi pada individu atau kelompok. Penelitian ini fokus pada para fandom blink yang memiliki sikap konsumtif karena rutin menonton konten unboxing Jayne Alexander, para blink terpengaruh terhadap barang yang di

unboxing Jayne Alexander sehingga para blink membeli barang merchandise blackpink tersebut.

Youtube memiliki hubungan dengan konsumerisme, konten unboxing menjadi salah satu konten yang dapat memunculkan sifat konsumerisme. Sifat konsumerisme muncul ketika barang yang di unboxing oleh konten kreator tersebut sesuai dengan apa yang khalayak cari atau inginkan sehingga dapat menimbulkan dampak negatif karena secara tidak langsung youtube mempercepat penyebaran budaya konsumerisme.

Konsumerisme menimbulkan kesenjangan dimasyarakat karena suatu tren dapat mempengaruhi status seseorang, banyak yang tidak terpakai dan terbuang percuma karena dibeli untuk mengikuti tren atau gengsi. Hal ini jika dikaitkan dengan tujuan konsumsi tidak lagi didasarkan pada pemanfaatan nilai guna barang, melainkan lebih menekankan pada tanda-tanda bahwa produsen termasuk dalam barang konsumsi yang tidak disadari oleh pengguna barang konsumsi (Wulandari, dkk, 2018).

Tujuan konsumerisme adalah mencapai kepuasan diri dengan cara membeli barang tanpa memperhatikan nilai guna barang yang di konsumsinya. Menurut hasil penelitian yang dikeluarkan oleh Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) bahwa masyarakat indonesia tergolong tipe masyarakat yang memiliki kepercayaan diri yang tinggi dalam perilaku konsumtifnya. Hal ini dapat terjadi akibat berkembangnya aktivitas konsumsi masyarakat yang kemudian mengalami pergeseran orientasi. Di dukung oleh perkembangan teknologi yang semakin pesat sehingga menyebabkan perubahan perilaku konsumtif seseorang.

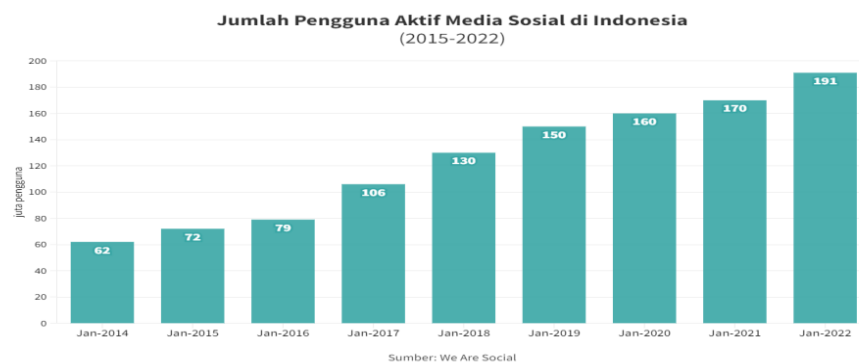
Dapat dikatakan bahwa konsumerisme adalah suatu aliran atau paham yang mengubah perilaku manusia untuk melakukan suatu kegiatan konsumtif membeli atau menggunakan suatu barang secara berlebihan tanpa melihat nilai gunanya. Dengan teknologi di era saat ini yang sudah sangat berkembang tingkat konsumerisme juga meningkat. Alasannya karena banyak produsen yang menjual dagangannya secara online (Dominika Marina, 2020)

Penelitian terkait terpaan media terhadap sikap konsumerisme fandom telah banyak dilakukan sebelumnya. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh **Sabila Zahra (2019)** di dapatkan hasil bahwa budaya penggemar merupakan budaya konsumsi dan produksi serta berkaitan pula dengan produksi budaya dan media. Kegiatan fangirling yang dilakukan oleh fandom IKON seperti membeli merchandise itu terlihat adanya aktivitas konsumsi dan menunjukkan bahwa mereka semakin konsumtif. Penelitian lainnya dilakukan oleh **Sitti Koiril Liyani (2021)** Yang dalam penelitiannya menemukan hasil bahwa penggemar K-pop yang menjadi subjek penelitiannya cenderung melakukan perilaku konsumtif. Ini karena kecintaan mereka terhadap K-pop memengaruhi cara mereka berpikir dan berperilaku dalam kehidupan sehari-hari bahwa mereka memiliki barang idolanya, hal ini yang mendasari pembelian berbagai merchandise K-pop oleh penggemarnya. Penelitian lainnya yang dilakukan oleh **(Marino Ananda et al., (2021))** yang mana dalam penelitiannya menghasilkan bahwa para fandom NCTzen akan terus mengkonsumsi sebagai pendukung idolanya sehingga tidak akan pernah puas dan akan terus mengkonsumsi merchandise idolanya. Hal ini dikarenakan mereka sebagai penggemar harus mendukung idolanya dengan cara mengkonsumsinya karena citra idolanya. Penelitian lainnya yang dilakukan oleh **Noor Hidayati (2022)** yang menghasilkan bahwa fanatisme yang dimiliki oleh para penggemar K-pop akan memotivasi mereka untuk membeli barang-barang yang berhubungan dengan idol mulai dari harga yang terbilang normal hingga yang paling mahal. Fanatisme keyakinan yang luar biasa yang dimiliki penggemar terhadap idolanya yang terlihat dari tingkat antusiasme dan solidaritasnya. Perilaku pembelian konsumtif yang tidak didasarkan pada pertimbangan rasional tetapi pada keinginan. Penggemar kpop akan membeli barang secara berlebihan dengan bertujuan untuk menunjukkan cinta terhadap idolanya. Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh **Sindy Arti Wulandari (2017)** yang menghasilkan bahwa perilaku konsumtif para penggemar K-pop tidak hanya menjadi pemenuhan hasrat atau keinginan tetapi menjadi tanda konsumsi yang berkembang seiring dengan semakin banyaknya aktivitas yang dilakukan sebagai penggemar K-pop. penggemar Kpop melakukan kegiatan konsumtif yaitu dengan

cara membeli tiket konser, membeli album Kpop dengan jumlah yang banyak dan mengoleksi barang-barang Kpop.

Berdasarkan uraian rujukan penelitian-penelitian terdahulu di atas, terdapat perbedaan antara rujukan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Perbedaan yang akan menjadi nilai kebaruan dalam penelitian ini terletak pada akun media sosial yang peneliti pilih untuk dianalisis. Dalam penelitian yang akan dilakukan, akun media sosial yang dipilih adalah Jayne Alexander sebagai representasi munculnya sikap konsumerisme fandom blink. Melihat hal tersebut, peneliti tertarik untuk mengkajinya lebih dalam sehingga berdasarkan argumen-argumen peneliti dan kajian terhadap penelitian terdahulu, peneliti menyatakan akan melihat permasalahan penelitian yaitu Pengaruh Terpaan Youtube Jayne Alexander Terhadap Sikap Konsumerisme Fandom Blink (Survei Terhadap Grup Chat Fandom Blink)

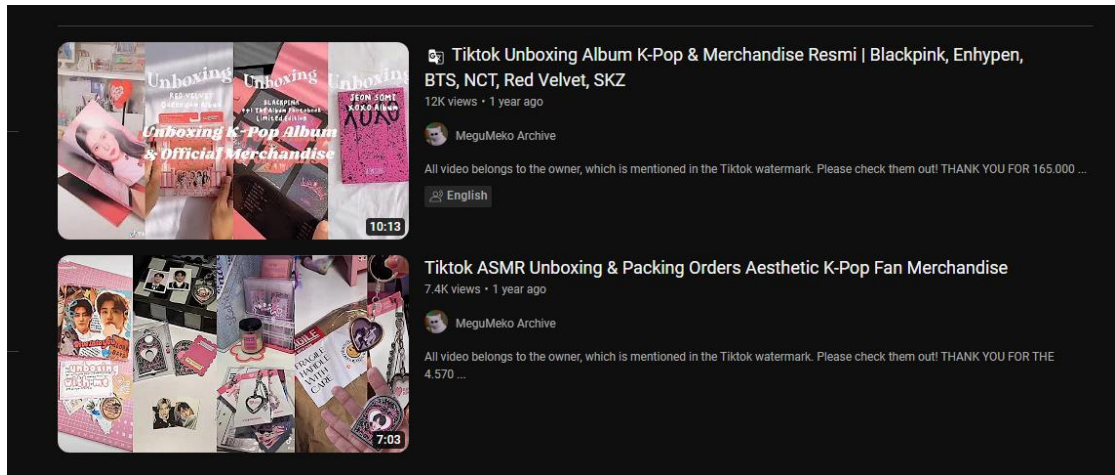
Image 2. Jumlah Pengguna Aktif Media Sosial di Indonesia (2015-2022)



Sumber: We Are Social

Media sosial yang akhir-akhir ini banyak digunakan oleh masyarakat indonesia dan masyarakat global adalah youtube.

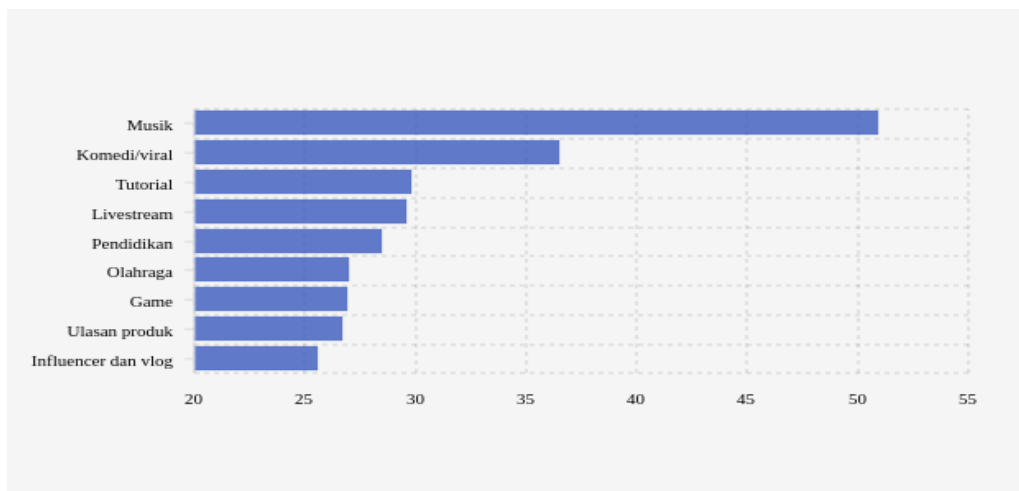
Image 3. Jenis Konten Unboxing



Sumber: Youtube

Meningkatkan minat masyarakat terhadap perubahan dan inovasi seperti produk baru, pengalaman baru dan citra baru mengakibatkan munculnya konsumerisme. konten unboxing menjadi salah satu konten yang dapat memunculkan sifat konsumerisme. Sifat konsumerisme muncul ketika barang yang di unboxing oleh konten kreator tersebut sesuai dengan apa yang khalayak cari atau inginkan sehingga dapat menimbulkan dampak negatif karena secara tidak langsung youtube mempercepat penyebaran budaya konsumerisme. Konsumerisme menimbulkan Ketimpangan sosial di masyarakat karena suatu tren bisa mempengaruhi status seseorang, banyak barang yang tidak terpakai dan jadi sia-sia karena membeli untuk mengikuti trend atau gengsi.

Image 4. Jenis Konten Video Paling DiSukai (2022)



sumber : We Are Social

Dapat dikatakan bahwa konsumerisme adalah suatu aliran atau paham yang mengubah perilaku manusia untuk melakukan suatu kegiatan konsumtif membeli atau menggunakan suatu barang secara berlebihan tanpa melihat nilai gunanya. Dengan teknologi di era saat ini yang sudah sangat berkembang tingkat konsumerisme juga meningkat. Alasannya karena banyak produsen yang menjual dagangannya secara online (Dominika Marina, 2020)

K-pop atau korean pop adalah subgenre musik pop yang berasal dari korea selatan. Pop korea dan drama korea adalah dua bagian yang tidak dapat terpisahkan dari gelombang korea, yang menyebar di berbagai negara seluruh belahan dunia. K-pop pertama kali masuk di indonesia pada tahun 2011 melalui program musik televisi yang menayangkan musik mingguan korea selatan, menyebabkan masyarakat semakin mengenal adanya boyband dan girlband dari negeri gingseng tersebut.

Grup k-pop wanita yang namanya lagi besar sekarang yaitu blackpink. Grup wanita dari naungan YG Entertainment tersebut debut pada tahun 2016 hingga sekarang. lagu ddu du ddu du sebagai awal mula blackpink dikenal di seluruh dunia termasuk indonesia lagu tersebut sudah ditonton lebih dari 2 miliar tayangan di youtube. YG Entertainment yaitu agensi dari blackpink mengeluarkan berbagai produk merchandise mulai dari album, light stick, vinyl, pakaian dan casing handphone. Hal tersebut menjadi antusiasme penggemar untuk membeli produk merchandise tersebut sehingga menimbulkan sifat konsumerisme.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

“seberapa besar pengaruh terpaan konten youtube Jayne Alexander terhadap perilaku konsumerisme fandom blink?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan diatas maka tujuan penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu tujuan praktis dan tujuan teoritis:

1.3.1 Tujuan praktis

Dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui besaran terpaan konten youtube Jayne Alexander terhadap sikap konsumerisme fandom blink.

1.3.2 Tujuan Teoritis

Dari penelitian ini adalah mengembangkan Teori Uses and Effect dalam penelitian komunikasi ini khususnya mengenai terpaan konten media massa.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Segi Akademis

Hasil penelitian diharapkan dapat berguna dan bermanfaat bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan kajian ilmu komunikasi khususnya dalam kajian komunikasi massa dengan menggunakan Uses and Effect. Selain itu penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan teori yang digunakan peneliti dan sebagai bukti bahwa terpaan konten youtube Jayne Alexander berperan signifikan dalam mengubah perilaku para fandom blink dalam sikap konsumerismenya.

1.4.2 Segi Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi para praktisi komunikasi sebagai bahan referensi tentang pengaruh terpaan konten youtube Jayne Alexander terhadap sikap konsumersime fandom blink.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I. PENDAHULUAN bab ini berisikan; Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian (Tujuan Praktis dan Tujuan Teoritis), Manfaar Penelitian (Manfaat Praktis dan Manfaat Akademis) dan Sistematika Penulisan.

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA Bab ini berisikan; Konsep-Konsep Penelitiann, Teori Penelitian Kerangka Berpikir, Operasional Variabel dan Hipotesis.

BAB III. METEDOLOGI PENELITIAN Bab ini berisikan; Objek Penelitian, Subjek Penelitian, Jenis Penelitian, Teknik Pengumpulan Data, Sumber Data (Data Primer dan Data Sekunder), Teknik Analisis Data (Uji Validitas, Uji Reabilitas, Uji Korelasi, Uji Koefisien Determinasi, Uji Regresi Linear, Uji Hipotesis, dan Tabel Rencana Waktu).

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN Bab ini berisikan; Hasil Penelitian serta Pembahasan.

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN Bab ini berisikan; Kesimpulan dan saran (Saran Praktis dan Saran Teoritis).