

BAB I

PENDAHULUAN

Seiring Dalam era globalisasi dan digitalisasi saat ini, budaya populer tidak lagi hanya menjadi bentuk hiburan semata, tetapi telah berkembang menjadi alat komunikasi lintas budaya yang sangat efektif. Budaya populer memiliki kemampuan untuk membentuk persepsi, membangun koneksi emosional, dan menciptakan identitas bersama di tengah masyarakat global (Khotimah 2021). Di tengah arus pertukaran budaya yang semakin terbuka, negara-negara mulai memanfaatkan kekuatan budaya populer sebagai bagian dari strategi diplomasi yang dikenal sebagai soft power.

Korea Selatan merupakan salah satu contoh negara yang berhasil mengelola kekuatan budaya populernya secara strategis dan terstruktur. Fenomena yang dikenal dengan sebutan Hallyu atau Korean Wave merupakan bentuk ekspansi budaya Korea ke dunia internasional yang sangat fenomenal. Hallyu tidak hanya mencakup musik (K-Pop), tetapi juga drama (K-Drama), fashion, makanan, hingga gaya hidup Korea yang kini telah menjadi konsumsi global (Saludung 2023). Di antara sekian banyak elemen tersebut, K-Pop memiliki peran yang paling sentral dalam membuka jalan bagi budaya Korea masuk ke dalam kehidupan masyarakat di berbagai negara, termasuk Indonesia.

Menurut (Iin Rachmawati 2021), K-Pop bukan sekadar genre musik, melainkan sebuah produk budaya yang terstruktur, kompleks, dan sangat visual. Setiap karya yang dihasilkan oleh industri K-Pop terutama oleh agensi besar seperti SM Entertainment (dengan kanal YouTube SMTOWN sebagai representasinya) merupakan hasil dari proses kreatif yang melibatkan banyak aspek: mulai dari desain

kostum, koreografi, sinematografi, hingga simbol-simbol budaya yang dikemas dalam format yang menarik. Dengan demikian, produk K-Pop tidak hanya bertujuan menghibur, melainkan juga menyampaikan pesan budaya dan memperkuat citra Korea Selatan sebagai negara yang modern, inovatif, dan kreatif.

Era digital telah mempermudah distribusi budaya melalui platform-platform media sosial dan video streaming. YouTube, misalnya, memainkan peran penting sebagai jembatan antara kreator dan penonton global menurut (Al Istiqomah 2021). YouTube tidak hanya menjadi platform distribusi konten hiburan, tetapi juga menjadi saluran strategis dalam diplomasi budaya digital. Kanal resmi SMTOWN di YouTube menjadi etalase visual yang memamerkan bagaimana industri hiburan Korea mengemas budayanya secara sistematis dan profesional. Interaksi pengguna, algoritma personalisasi, serta fitur subtitle menjadikan YouTube sebagai medium yang sangat mendukung penyebaran nilai budaya secara luas dan inklusif. Bahkan, seperti dilaporkan oleh (Andreas Daniel Panggabean 2024), lebih dari 70% pengguna YouTube berasal dari luar Amerika Serikat ini menunjukkan potensi besar untuk diplomasi budaya tanpa batas geografis.

Keberhasilan ini tentu tidak lepas dari dukungan pemerintah Korea Selatan. Negara tersebut menyadari pentingnya industri hiburan sebagai wajah bangsa di mata dunia. Pemerintah Korea secara aktif memberikan insentif, dukungan kebijakan, hingga promosi internasional yang membuat industri seperti SMTOWN mampu berkembang dan bersaing di pasar global (Iin Rachmawati 2021). Di sisi lain, agensi hiburan memainkan peran sebagai kreator konten yang menyusun narasi budaya secara visual, estetik, dan komunikatif. Dalam konteks ini, video musik tidak hanya menjadi produk hiburan, tetapi juga menjadi media komunikasi budaya yang memiliki pesan dan nilai.

(Juliana Nurwahyuni and Yuliana 2024) menegaskan bahwa setiap elemen visual dalam video musik K-Pop mulai dari warna, simbol, ekspresi visual, hingga teknik pengambilan gambar mengandung makna tertentu yang merepresentasikan nilai-nilai budaya Korea seperti kerja keras, solidaritas, dan semangat nasionalisme. Representasi ini membuat audiens tidak hanya menikmati musik, tetapi juga menerima nilai dan pesan yang terkandung dalam visualisasi tersebut. Dengan begitu, K-Pop menjadi media diplomasi budaya yang tidak hanya efektif, tetapi juga mengakar secara emosional di benak audiens global.

Fenomena ini berdampak nyata. Berdasarkan data dari GoodStats (Nabilah Nur Alifah 2022). Jumlah penggemar budaya Korea di seluruh dunia telah mencapai lebih dari 156 juta orang di lebih dari 180 negara, dengan Indonesia berada di lima besar sebagai negara dengan jumlah penggemar terbanyak. Data ini menunjukkan bahwa musik K-Pop, yang diakses mayoritas melalui platform seperti YouTube, telah berhasil menjadi pintu gerbang yang memperkenalkan berbagai aspek budaya Korea kepada dunia, mulai dari bahasa, makanan, fashion, hingga gaya hidup.

Jika dibandingkan dengan negara lain, strategi Korea Selatan dalam mendistribusikan budaya pop-nya melalui media digital tergolong sangat adaptif dan terstruktur. Jepang, misalnya, cenderung lebih tertutup dan eksklusif dalam menyebarkan budaya tradisionalnya, sementara Amerika Serikat mulai menghadapi tantangan dari tren budaya pop Asia yang lebih interaktif dan responsif terhadap teknologi (Islamiyah, Priyanto, and Prabhandari 2020). Di sinilah kekuatan Korea Selatan: mengolah nilai-nilai lokal menjadi produk visual yang modern, lalu menyebarkannya secara masif melalui kanal-kanal digital yang menjangkau audiens global.

Maka dari itu, penting untuk memahami bagaimana strategi visual ini dirancang, diproduksi, dan dikelola. Penelitian ini akan menelaah secara khusus bagaimana SMTOWN, sebagai salah satu representasi utama industri K-Pop, mengemas unsur-unsur budaya Korea dalam bentuk komunikasi visual melalui konten video di YouTube. SMTOWN tidak hanya menjadi saluran distribusi musik, tetapi juga menjadi wajah budaya Korea yang aktif membentuk persepsi masyarakat dunia. Melalui pendekatan analisis visual, diharapkan penelitian ini dapat mengungkap bagaimana simbol, estetika, dan narasi visual yang digunakan oleh SMTOWN berkontribusi terhadap citra Korea Selatan sebagai negara yang dinamis, progresif, dan berdaya saing budaya tinggi di mata dunia.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka dirumuskan permasalahan utama yang menjadi fokus dalam penelitian ini. Rumusan masalah ini berfungsi untuk memberikan arah yang jelas, sistematis, dan konsisten dengan fenomena yang diteliti. Melalui rumusan masalah yang terarah, peneliti dapat lebih mudah menggali dinamika penerimaan budaya Korea Selatan di kalangan NCTzen Bandung, khususnya melalui konsumsi konten yang disajikan oleh kanal YouTube SMTOWN.

Dengan demikian, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Bagaimana popularitas kanal YouTube SMTOWN berperan dalam proses penerimaan budaya Korea Selatan di kalangan NCTzen Bandung?

1.3 Identifikasi Masalah

Agar penelitian ini lebih terfokus dan sesuai dengan tujuan, maka perlu dilakukan identifikasi masalah secara lebih rinci. Identifikasi ini penting untuk memetakan persoalan yang muncul di lapangan, sekaligus menjadi pedoman dalam proses pengumpulan dan analisis data. Melalui identifikasi masalah, peneliti dapat menelusuri bagaimana bentuk penerimaan budaya terjadi, faktor apa saja yang memengaruhinya, serta sejauh mana media digital berperan dalam memperkuat penerimaan tersebut di kalangan penggemar.

Berdasarkan konteks penelitian ini, maka identifikasi masalah dapat dirumuskan ke dalam beberapa pertanyaan berikut:

1. Bagaimana pola konsumsi konten YouTube SMTOWN oleh NCTzen Bandung membentuk proses penerimaan budaya Korea Selatan?
2. Sejauh mana popularitas SMTOWN di YouTube memengaruhi gaya hidup, preferensi hiburan, serta interaksi sosial NCTzen Bandung?
3. Faktor-faktor apa saja yang mendukung NCTzen Bandung dalam menerima dan mengadaptasi budaya Korea Selatan melalui konten SMTOWN di YouTube?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini disusun untuk memberikan arah yang lebih jelas mengenai sasaran yang ingin dicapai. Dengan adanya tujuan, penelitian ini tidak hanya mendeskripsikan fenomena penerimaan budaya, tetapi juga menggali bagaimana media digital berperan dalam memperkuat proses tersebut. Fokus penelitian diarahkan pada penerimaan budaya Korea Selatan yang ditransmisikan melalui konten YouTube SMTOWN di kalangan NCTzen Bandung.

Secara spesifik, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mendeskripsikan bagaimana NCTzen Bandung menerima dan memaknai budaya Korea Selatan melalui popularitas konten YouTube SMTOWN.
2. Menggali pengaruh popularitas SMTOWN di YouTube terhadap gaya hidup, preferensi, dan pola konsumsi budaya di kalangan NCTzen Bandung.
3. Mengidentifikasi faktor-faktor yang mendukung terjadinya penerimaan budaya Korea Selatan melalui media digital, khususnya YouTube.

1.5 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara akademis, praktis, maupun strategis, yang relevan dengan pengembangan ilmu komunikasi, budaya populer, serta praktik komunikasi digital di era globalisasi.

1. Secara akademis, penelitian ini berkontribusi pada kajian komunikasi dan budaya populer, khususnya dalam memahami proses penerimaan budaya asing melalui media digital. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur tentang media baru, budaya populer Korea, dan studi penerimaan audiens.
2. Secara praktis, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi content creator, praktisi media, maupun pengelola industri hiburan dalam memahami bagaimana audiens menerima budaya yang dikemas melalui media digital. Hal ini dapat membantu dalam merancang strategi komunikasi yang lebih sesuai dengan kebutuhan audiens.
3. Secara strategis, penelitian ini memberikan gambaran tentang peran media digital, khususnya YouTube, sebagai sarana efektif dalam menyebarkan budaya populer lintas negara. Dengan demikian, penelitian ini juga dapat menjadi bahan

pertimbangan dalam memahami dinamika soft power budaya Korea Selatan melalui industri hiburan

1.6 Sistematika Penulisan

Bab I: Pendahuluan

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

Bab II: Tinjauan Pustaka

Berisi teori-teori yang relevan dengan penelitian, hasil penelitian terdahulu, dan kerangka pemikiran sebagai landasan konseptual.

Bab III: Metodologi Penelitian

Berisi jenis penelitian, pendekatan yang digunakan, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan subjek penelitian.

Bab IV: Hasil dan Pembahasan

Bab ini menyajikan hasil penelitian yang telah dianalisis berdasarkan teori serta interpretasi atas temuan-temuan yang diperoleh di lapangan.

Bab V: Penutup

Berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan saran yang dapat diberikan berdasarkan temuan penelitian.

Tabel 1. 1 Jadwal Penelitian

NO	Kegiatan	Bulan					
		Tahun 2025					
		April	Mei	Juni	Juli	Agust	Sept
1	Pengajuan judul penelitian						
2	Konsultasi dan Bimbingan						
3	Penyusunan usulan penelitian						
4	Sidang seminar UP						
5	Penyusunan laporan penelitian						
6	Pengumpulan data						
7	Analisis data						
8	Penafsiran data						
9	Pelaporan hasil penelitian						
10	Sidang skripsi						