

## BAB II

### DINAMIKA PERKEMBANGAN INDUSTRI KPOP DAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL WEVERSE DI KALANGAN ARMY

#### 2.1 Industri KPop

Budaya Korea Selatan mengalami perkembangan yang pesat dalam beberapa dekade terakhir. Keberadaannya yang dapat diterima oleh masyarakat global dapat memunculkan sebuah fenomena bernama *hallyu* atau yang lebih populer dengan sebutan *Korean Wave*. Menurut Park Jung Sun *Korean Wave* pertama kali populer di China, yaitu sebuah fenomena tersebarluasnya budaya populer Korea Selatan seperti film, drama, lagu, pakaian, makanan, atau produk lainnya ke berbagai negara di Asia Tenggara dan Asia Timur (Zaini, 2017).

Menurut seorang pengamat musik, yaitu Franki Raden, perkembangan industri KPop terjadi karena adanya dukungan dan kesiapan dari segi infrastruktur dan juga pemerintah Korea Selatan berhasil dalam menanamkan kesadaran atas pentingnya musik dalam kehidupan sehari-hari kepada masyarakat (Zaini, 2017). Hal tersebut yang kemudian menyebabkan konsumsi musik di Korea Selatan tergolong tinggi. Industri KPop mulai meyebar ke berbagai negara seiring dengan menyebarnya *Korean Wave*. Industri KPop berhasil melahirkan *idol group* yang banyak diminati oleh masyarakat global.

Salah satu pencetus KPop modern yaitu Lee Soo-man yang merupakan seorang *DJ*, penyanyi, dan juga seorang MC ternama pada tahun 1970-an. Dia kemudian melanjutkan pendidikan ke California dan mengambil jurusan teknik mesin, akan tetapi dia juga tertarik untuk belajar musik pada saat itu. Saat kembali ke Korea Selatan, Lee Soo-man mendirikan sebuah agensi bernama SM Entertainment dan mulai melakukan perekrutan calon idol. Berbagai pelatihan

seperti vokal, koreografi, manner, serta akting diberikan kepada calon idol atau sering disebut dengan *trainee*. Pada tahun 1996 Lee Soo-man berhasil mendebutkan idol bernama H.O.T dan S.E.S dimana pada waktu itu *boy group* dan *girl group* belum banyak diminati seperti sekarang. Beberapa tahun kemudian SM Entertainment berhasil mencetak *boy group* dan juga *girl group* yang sangat populer seperti Girls Generation, Super Junior, SHINee, EXO, Red Velvet, dan NCT.

Selain SM Entertainment, ada perusahaan bernama YG Entertainment yang didirikan oleh Yang Hyung-suk pada 1996. Perusahaan tersebut berhasil mencetak *idol group* yang tidak kalah populer dari SM Entertainment seperti Big Bang, 2NE1, Ikon, dan Blackpink. Kemudian pada 1997 muncul perusahaan bernama JYP Entertainment yang berhasil melahirkan *idol group* seperti Wonder Girls, GOT7, 2PM, dan TWICE. Tiga perusahaan tersebut menjadi agensi musik terkuat di Korea Selatan dan sering disebut dengan *big three*.

Pemerintah Korea Selatan memberikan fasilitas kepada pelaku usaha dalam bidang insutri kreatif sebagai wujud atas dukungan pemerintah untuk dapat memasarkan produk industri tersebut di pasar global. Pemerintah Korea Selatan juga gencar melakukan diplomasi budaya dengan harapan produk dari industri kreatif negaranya dapat diterima oleh pasar internasional sehingga akan berdampak positif terhadap perekonomian negara. Pada 2009, Presiden Lee Myun-Bak membentuk organisasi pengawas yang memiliki tanggung jawab untuk menyusun rencana meningkatkan *branding value* dan kemudian dibuat slogan *Global Korea*.

Diplomasi budaya yang dilakukan oleh Korea Selatan berdampak terhadap ketatnya persaingan perusahaan atau agensi hiburan, bahkan ada perusahaan yang harus gulung tikar. Salah satu perusahaan yang *struggling* karena persaingan ketat

industri hiburan tersebut adalah Big Hit Entertainment yang didirikan pada 2005 oleh Bang Si-Hyuk. Pada tahun 2013, Big Hit Entertainment mendebutkan *boy group* bernama *Bangtan Seonyondan* atau BTS dengan single berjudul No More Dream. Selang beberapa waktu BTS kemudian merilis album 2 Cool 4 Skool dimana album tersebut membuka gerbang bagi kepopuleran BTS. Pada tahun pertama debut BTS berhasil meraih penghargaan sebagai Pendatang Baru Terbaik di Melon Music Award (MMA) 2013 (Amelya, 2013).

Setelah beberapa tahun debut, BTS berhasil meraih berbagai penghargaan bergengsi dalam dunia musik Korea maupun Internasional. Berdasarkan data dari Daisuki.com yang di publish ulang oleh DataIndonesia.id, BTS menjadi idol K-Pop yang meraih penghargaan terbanyak musik tahunan Korea Selatan dari 2001-2021. Sebanyak 95 penghargaan diraih BTS mulai dalam rentang waktu tersebut, mulai dari Seoul Music Award, Korean Music Award, Melon Music Award, Golden Disc Award, hingga Mnet Asian Music Award (Widi, 15 Oktober 2021).

BTS juga berhasil menjadi *the only one* idol yang meraih 2 Billboard Top 5 Boxscores of 2022. Menurut data Boxscores, konser BTS 'Permission to Dance on Stage' yang diselenggarakan di Seoul, Los Angeles, dan Las Vegas berhasil meraih lebih dari 458 ribu penonton. BTS juga berhasil meraih tiga piala dalam People's Choice Award yang digelar di Santa Monica California. Dari kemenangan dalam ajang musik tersebut, BTS memecahkan rekor baru karena berhasil mempertahankan penghargaan selama tiga tahun sebagai The Group of The Year (Larasati, 8 Desember 2022).

Kesuksesan BTS di dunia musik dapat mengantarkan agensi mereka yaitu Big Hit Entertainment sebagai agensi besar yang dapat mengungguli *big three agency* di

Korea Selatan, yaitu SM Entertainment, YG Entertainment, dan JYP Entertainment. Laba yang diperoleh Big Hit Entertainment pada tahun 2017 dapat mengalahkan *big three agency* dimana laba perusahaan naik sebesar 214 persen dari tahun sebelumnya yaitu sebesar 32,5 miliar KRW atau setara dengan Rp 416 miliar (Shelavie, 2018).

## 2.2 Media Sosial Weverse

Kesuksesan Big Hit Entertainment di dunia musik dan hiburan Korea Selatan didorong oleh kemajuan dalam bidang teknologi. Media sosial menjadi jembatan penghubung antara produsen yaitu agensi dan idol dengan penggemar. Salah satu media sosial utama yang digunakan oleh Big Hit Entertainment dan BTS adalah Weverse. Pada tanggal 1 Juli 2019 Big Hit Entertainment dengan Ben X (saat ini berganti nama menjadi Weverse Corporation) meluncurkan sebuah aplikasi bernama Weverse. Pada awalnya aplikasi ini dibuat khusus sebagai suatu platform komunitas resmi untuk ARMY. Dalam aplikasi Weverse juga terdapat banyak konten yang BTS bagikan seperti RUN BTS SPECIAL EPISODE, IN THE SOOP, BON VOYAGE, Konten dokumenter perjalanan BTS ketika *tour* ke berbagai negara, dan yang terbaru ada konten dari Suga yang bernama SUCHWITA.

Suatu situs atau aplikasi dapat disebut sebagai media sosial atau SNS (*Social Networking Site*) apabila memiliki tiga fitur yaitu profile (*public or semi public*), daftar teman atau *friendlist* yang dapat menampilkan pengguna yang terhubung dengan kita, kemudian yang ketiga adalah *view and traverse connections* yaitu memperlihatkan hubungan seperti apa antara satu pengguna dengan dengan pengguna lain (Boyd & Ellison, 2008:211). Weverse memiliki fitur yang menunjukkan bahwa aplikasi ini dapat dimasukkan dalam kategori media sosial.

Dalam tampilan awal ketika aplikasi Weverse dibuka akan muncul tiga fitur utama yaitu Weverse, notifikasi, dan profile. Fitur profil berada di pojok kanan bawah yang didalamnya terdapat beberapa fitur lagi yaitu My Profile, Purchase Histori, My Events, Recently Watched Media, Weverse Magazine, Weverse Concets, Weverse Shop, Hybe Insight, dan BTS Island : In the SEOM. Dalam fitur My Profile dapat digunakan untuk melihat melihat profil pengguna, followers, dan following, postingan pengguna, postingan, dan juga comment. Perbedaan paling menonjol dari Weverse dengan media sosial lainnya yaitu pengguna dapat memiliki beberapa profil sesuai dengan jumlah komunitas yang diikutinya. Selain fitur profil, ada fitur notifikasi yang berisi pemberitahuan mengenai *update* terbaru dari komunitas yang diikuti oleh pengguna. Kemudian ada fitur Weverse yang berisi kumpulan komunitas yang pengguna ikuti. Dalam fitur ini pengguna juga dapat mencari dan menemukan komunitas lain yang dapat diikuti. Dengan beberapa fitur yang dimiliki tersebut, maka Weverse dapat disebut sebagai media sosial.

Weverse berbeda dengan media sosial lainnya seperti Instagram, Facebook, maupun Twitter karena pengguna dapat mendaftar sebagai member resmi dari komunitas yang diikutinya. ARMY yang memiliki kartu membership resmi memiliki beberapa keistimewaan diantaranya adalah dapat mengakses untuk konten eksklusif dari BTS, dapat melakukan *pre order* produk BTS langsung dari Weverse, dan berkesempatan memenangkan *raffle* tiket untuk *fanmeeting*, *fansign*, atau konser. Hal tersebut menjadikan Weverse sebagai media sosial pendatang baru yang banyak digemari oleh K-Popers terutama ARMY. *Boy group* BTS memiliki 20 juta lebih pengikut dengan status pemegang kartu membership resmi. Pada awalnya Weverse merupakan aplikasi yang dibuat eksklusif hanya untuk penggemar BTS, kemudian

dapat digunakan oleh idol yang berada di bawah naungan Big Hit Entertainment (yang kemudian berubah nama menjadi Hybe Label). Akan tetapi sejak bulan Oktober 2020, beberapa idol di luar naungan Hybe Label mulai bergabung dengan Weverse. YG Entertainment merupakan salah satu agensi yang artisnya bergabung dengan Weverse, mulai dari TREASURE, BLACKPINK, IKON, dan WINNER. Hingga bulan Mei 2023, terdapat total 92 artis maupun idol yang bergabung dengan Weverse