

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Transformasi dan peningkatan teknologi informasi saat ini menjadi bagian yang dari kehidupan sehari-hari. Dahulu masyarakat berinteraksi secara langsung atau bertatap muka untuk berinteraksi, namun saat ini masyarakat dapat berinteraksi melalui media sosial *online* (Alyusi, 2016). Perkembangan teknologi informasi membuat kemudahan dalam masuknya budaya dari luar yang dan dikonsumsi oleh masyarakat. Kebebasan tersebut membuat budaya masuk ke Indonesia yang salah satunya budaya *Korean Pop* (K-Pop) (Candra, 2023). Budaya K-Pop menjadi salah satu bentuk adanya kebebasan masuknya perkembangan kebudayaan dari luar. Budaya K-Pop telah merambah menjadi sebuah hiburan bagi banyak kalangan karena mengandung unsur seperti musik, film, drama, atau *fashion* yang dapat mendatangkan sebuah kegemaran. K-Pop yang telah menjadi salah satu hiburan menjadikan individu untuk membutuhkan sebuah informasi sampai melakukan aktivitas pencarian informasi seputar budaya K-Pop.

Informasi menjadi sarana pokok yang dapat mendatangkan sebuah pengetahuan dan wawasan bagi individu. Saat ini, umat manusia telah memasuki masa masyarakat informasi yang dijabarkan bahwa informasi menjadi suatu hal yang berharga dan bernilai bagi manusia untuk menjalankan kehidupan, sekaligus kebutuhan manusia yang semakin bervariasi (Alhusna & Masruroh, 2021). Kebutuhan informasi manusia

yang semakin bervariasi dan kompleks terdorong akan berbagai faktor yang memengaruhi masing-masing individu. Pendekatan kebutuhan informasi dapat dialami oleh individu dalam upaya mengetahui kebutuhan informasinya. Terdapat empat poin yang termasuk dalam upaya pendekatan informasi yang dapat menguraikan faktor kebutuhan informasi individu yaitu: *current need approach*, *everyday need approach*, *exhaust need approach*, dan *catching-up need approach* (Guha, 1983, dalam Ryo & Rusdi, 2021). Empat poin tersebut dijabarkan dengan tahapan awal kebutuhan informasi terbaru sampai kebutuhan informasi sekilas agar tetap terinformasi.

Kebutuhan informasi dapat mendorong individu dalam melakukan sebuah pencarian informasi. Saat seseorang menyadari kebutuhan informasi yang diperlukan, maka individu dapat terdorong melakukan sebuah pencarian pada informasi yang dibutuhkan. Perilaku pencarian informasi dapat dikaitkan sebagai sebuah keseluruhan aktivitas yang dilakukan oleh individu dalam melakukan kegiatan penelusuran informasi yang dibutuhkan. Terdapat model sistem dari perilaku pencarian informasi aktif yang dikategorikan dalam delapan tahapan. Delapan tahapan dari model sistem perilaku pencarian informasi yaitu: *Starting*, *Chaining*, *Browsing*, *Differentiating*, *Moniroting*, *Extracing*, *Verifyng*, dan *Ending* (Ellis, 1989, dalam Meho & Tibbo, 2003). Tahapan ini mengklasifikasikan aktivitas awal sampai akhir yang dapat dilalui oleh individu selama melakukan pencarian informasi.

Serangkaian aktivitas awal sampai akhir yang dapat dilalui oleh individu selama melakukan pencarian informasi dapat diartikan sebagai bagian dari perilaku pencarian informasi. Pencarian informasi dengan pemanfaatan teknologi informasi dapat memberikan pengaruh bagi masyarakat dalam upaya pemenuhan kebutuhan informasi. Terkait dengan pencarian informasi, individu dapat memanfaatkan berbagai sistem informasi, baik yang bersifat manual seperti membaca surat kabar atau mengunjungi perpustakaan, maupun yang berbasis digital seperti menggunakan internet atau situs web (WWW) (Wilson, 2000). Namun, saat ini terdapat perubahan paradigma lama terkait akses pada sumber informasi. Tipologi perilaku informasi remaja dalam teori perubahan radikal dijelaskan bahwa perubahan sumber daya informasi, meliputi sumber daya media digital maupun buku digital dapat memengaruhi cara orang mencari, menggunakan dan memengaruhi sumber daya informasi tersebut (Dresang & Koh, 2009).

Berkaitan dengan fenomena digital saat ini, perkembangan teknologi informasi dapat membawa perkembangan sampai perubahan pada perilaku pencarian informasi individu untuk berinteraksi dengan sumber informasi. Berdasarkan penjabaran Wilson dalam pemikiran konseptual terkait pencarian informasi masih bersifat konvensional atau belum memuat media sosial sebagai media pencarian informasi. Penelitian ini menyoroti bahwa meskipun media pencarian informasi berubah namun, kebutuhan informasi tetap menjadi faktor pendorong atau hal yang memengaruhi

individu melakukan pencarian informasi. Terdapat pergeseran pada pencarian informasi dari pemanfaatan media massa menjadi media sosial yang salah satunya menggunakan aplikasi X (Monica & Rosari, 2020).

Media sosial X menempati posisi sebagai salah satu media sosial dengan basis pengguna yang besar. Menurut data Hootsuite pengguna media sosial Twitter berjumlah sebanyak 63,6% dan menjadi peringkat ke-5 kategori media sosial yang sering diakses ditahun 2021 (Simbolon et al., 2021). Berdasarkan laporan dari *We Are Social* bahwa pengguna media sosial X di Indonesia pada tahun 2024 berjumlah sebanyak 24,69 juta pengguna. Pengguna media sosial X, salah satunya digemari oleh penggemar K-Pop. Fenomena *Hallyu Wave* telah menyebar ke berbagai belahan dunia dan Indonesia turut menerima pasar *hallyu wave* (Mineri & Purnomo, 2023). Salah satu cara promosi yang dilakukan untuk memperluas jangkauan penggemar K-Pop ialah dengan pemanfaatan media sosial. Penggemar K-Pop memanfaatkan media sosial X sebagai salah satu sarana untuk memenuhi kebutuhan informasi idol kegemarannya, sekaligus melakukan sebuah pencarian informasi.

Media sosial X memiliki berbagai fitur yang memudahkan pengguna untuk mengetahui informasi ataupun berita paling populer dibicarakan. Fitur *trending topic* menjadi salah satu fitur yang banyak disoroti. Hal tersebut dikarenakan memudahkan pengguna dalam pencarian informasi yang sedang populer disebarkan informasinya oleh pengguna. Fitur *trending topic* seringkali digunakan oleh penggemar K-Pop dalam

menaikkan *hashtag*, *keyword*, sampai menuliskan *tweet* yang berkaitan dengan idol kegemarannya untuk menaikkan berita terbaru dari aktivitas idol K-Pop. Hal tersebut dibuktikan dengan cuitan pada akun @TwitterID pada tanggal 30 Juni 2021 menyatakan bahwa per tanggal 1 Juli sampai 30 Juni 2021 terhitung sebanyak 7,5 miliar *tweet* berkaitan dengan K-Pop (Pasaribu et al., 2022).

Idol K-Pop tersebar dalam berbagai penamaan *boygroup* yang salah satunya ialah *boygroup* Seventeen yang beranggotakan 13 orang memulai debutnya pada tanggal 26 Mei 2015. Seventeen menjadi salah satu *boygroup* yang memiliki popularitas besar. Hal ini dibuktikan dengan sederet prestasi yang telah diraih oleh *boygroup* Seventeen. Berdasarkan laporan oleh akun X @kchartsmaster yang dikutip oleh Kpop Chart, Seventeen berhasil menduduki puncak *brand reputation* selama 4 bulan berturut-turut pada tahun 2024. Selama melakukan konser bertajuk *Follow*, Seventeen berhasil mendapatkan 800.000 penonton. Seventeen dalam *comeback* terbarunya dengan album *Spill The Feel* menurut laporan Circle Chart periode 13-19 Oktober 2024 berhasil menjual sebanyak 2.674.583 *copy* album. Sederet prestasi yang telah diperoleh dapat dikatakan bahwa Seventeen sedang dalam masa puncak karirnya pada tahun ini.

Seventeen memiliki penamaan bagi penggemarnya yang disebut dengan Carat. Beberapa komunitas Carat tersebar dalam berbagai kota yang salah satunya berada di wilayah Jawa Timur. Data komunitas carat yang tersebar dalam beberapa kota yaitu Carat Kediri aktif sejak tahun 2019

dengan 234 anggota tergabung, Carat Gresik aktif sejak tahun 2019 dengan 180 anggota tergabung, Carat Tulungagung aktif sejak 2020 dengan 50 anggota tergabung, Carat Lamongan aktif sejak tahun 2022 dengan 33 anggota tergabung, Carat Madiun aktif sejak tahun 2023 dengan 153 anggota tergabung, dan Carat Probolinggo aktif sejak tahun 2023 dengan 28 anggota tergabung.

Berdasarkan penjabaran data dari beberapa komunitas Carat yang tersebar di beberapa kota, penelitian ini menggunakan komunitas Carat Kediri sebagai subjek dalam penelitian. Carat Kediri telah aktif menjadi sebuah komunitas sejak tahun 2019 dengan melakukan berbagai *event* yang berhubungan dengan aktivitas dari *boygroup* Seventeen sampai melakukan *event meet up* atau *gathering* diluar aktivitas resmi Seventeen. Anggota yang telah tergabung dalam rentang tahun 2019 sampai tahun 2024 dengan berjumlah sebanyak 234 anggota menunjukkan adanya peningkatan antusiasme Carat Kediri untuk bergabung ke dalam komunitas Carat Kediri.

Penggemar K-Pop seringkali memerlukan informasi terbaru yang berkaitan dengan idol kegemarannya. Penggemar akan mengikuti perkembangan musik beserta dengan kegiatan yang dilakukan oleh idol yang disukai (Hariadi & Rahmawati, 2022). Hal tersebut sejalan dengan penggemar K-Pop yang membutuhkan informasi terkait dengan idol K-Pop yang digemari. Idol K-Pop secara rutin melakukan *update* terkait aktivitas secara berkelompok maupun aktivitas secara individu untuk berinteraksi dengan para penggemar. Aktivitas yang secara rutin dilakukan oleh idol K-

Pop memicu para penggemar untuk membutuhkan informasi terbaru idol K-Pop kegemarannya. Penggemar K-Pop di Indonesia membutuhkan informasi seperti; 1) informasi jadwal kegiatan resmi seperti jadwal *variety show/award*; 2) aktivitas individu seperti *schedule* resmi individu maupun *update*-an di media sosial; 3) jadwal aktivitas pemotretan seperti *photoshoot* majalah maupun kerjasama menjadi *brand ambassador*; 4) informasi terkait proyek *birthday party* sesama penggemar; 5) informasi penjualan album/*merch*; 6) informasi terkait jadwal konser/*world tour* (Pasaribu et al., 2022).

Kebutuhan informasi yang secara umum dibutuhkan seperti informasi jadwal konser, informasi penampilan dalam *variety show*, maupun informasi jadwal *comeback* dibutuhkan oleh penggemar K-Pop sebagai bentuk upaya dukungan. Upaya pemenuhan kebutuhan informasi oleh penggemar K-Pop dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti mengakses media sosial. Salah satu upaya pemenuhan kebutuhan informasi dilakukan dengan mengakses media sosial X sebagai tempat pencarian informasi yang dibutuhkan. Berdasarkan jumlah *tweet* yang berkaitan dengan K-Pop yang mencapai 7,5 miliar dalam data pada tahun 2021 menunjukkan tingginya penggunaan media sosial X oleh penggemar K-Pop. Penggemar K-Pop menjadikan media sosial X sebagai salah satu media sosial yang dapat digunakan dalam upaya pemenuhan kebutuhan informasi terkait idol kegemarannya dengan memanfaatkan berbagai fitur-fitur yang tersedia.

Terdapat beberapa kajian penelitian terdahulu yang telah meneliti keterkaitan dari variabel kebutuhan informasi dengan perilaku pencarian informasi. Penelitian pertama dilakukan oleh Nurul Lathifah (2019) yang berjudul “pengaruh kebutuhan informasi dan pola kebutuhan pemustaka terhadap perilaku pencarian informasi dalam konteks pemanfaatan koleksi iPusnas”. Penelitian ini mengkaji pengaruh antara ketiga variabel dengan fokus pada pemanfaatan koleksi iPusnas. Kesenjangan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan ialah pada keterbatasan penelitian. Penelitian ini berfokus pada kebutuhan informasi *boygroup* Seventeen.

Penelitian kedua dilakukan oleh Yustika Waqiyah (2020) yang berjudul “hubungan mengakses Twitter terhadap pemenuhan kebutuhan informasi kecantikan pada *followers @womanfeeds*”. Penelitian ini mengkaji arah hubungan antara kedua variabel. Kesenjangan dengan penelitian yang akan dilakukan ialah pada arah penelitian yang mengkaji pengaruh antara dua variabel, pendekatan teori yang digunakan sehingga dapat memperluas penggunaan teori lain untuk penerapan fokus penelitian, dan kesenjangan pada subjek penelitian.

Penelitian ketiga dilakukan oleh Saleha Rodiah, dkk (2024) yang berjudul “hubungan kebutuhan informasi dengan perilaku pencarian informasi pada *website* Kandaga Universitas Padjajaran”. Penelitian ini mengkaji arah hubungan antara kedua variabel, sedangkan penelitian ini mengukur pengaruh antara dua variabel. Kesenjangan dengan penelitian

yang akan dilakukan ialah pada keterbatasan penelitian. Penelitian ini berfokus pada pencarian informasi melalui media sosial X dengan jenis kebutuhan informasi *boygroup* Seventeen.

Berdasarkan penjabaran penelitian terdahulu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memperluas penerapan keterkaitan antara kebutuhan informasi dengan perilaku pencarian informasi. Penelitian ini menyoroti terkait upaya pemenuhan kebutuhan informasi *boygroup* Seventeen dengan melakukan pencarian informasi melalui media sosial X dilakukan oleh anggota komunitas Carat Kediri. Anggota komunitas Carat Kediri memanfaatkan media sosial X sebagai salah satu media pencarian informasi untuk memenuhi kebutuhan terkait *boygroup* Seventeen. Penelitian ini menyoroti terkait bagaimana upaya pemenuhan kebutuhan informasi *boygroup* Seventeen dengan melakukan aktivitas pencarian informasi melalui media sosial X. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti lebih dalam secara ilmiah mengenai **“Pengaruh Kebutuhan Informasi *Boygroup* Seventeen Terhadap Perilaku Pencarian Informasi Melalui Media Sosial X pada Komunitas Penggemar K-Pop Carat Kediri”**.

B. Identifikasi Masalah dan Batasan Penelitian

Berdasarkan uraian dalam latar belakang di atas identifikasi masalah dalam penelitian ini ialah didasarkan atas penjabaran konseptual pemikiran Wilson terkait dengan perilaku pencarian informasi. Perkembangan teknologi informasi memberikan pengaruh dalam media atau interaksi dengan sumber informasi. Penjabaran Wilson dalam pemikiran konseptual terkait pencarian informasi masih bersifat konvensional atau belum memuat media sosial sebagai media pencarian informasi. Penelitian ini menyoroti bahwa meskipun media pencarian informasi berubah namun, kebutuhan informasi tetap menjadi faktor pendorong atau hal yang memengaruhi individu dalam melakukan pencarian informasi.

Batasan penelitian dalam hal ini berkaitan terkait topik yang meneliti hubungan sebab akibat dari variabel kebutuhan informasi dengan perilaku pencarian informasi. Batasan penelitian untuk fokus variabel kebutuhan informasi ialah pada jenis kebutuhan informasi *Boygrouop* Seventeen yang menjadi spesifikasi atau fokus utama. Batasan penelitian untuk fokus variabel perilaku pencarian informasi ialah penggunaan media sosial X sebagai media yang digunakan dalam pencarian informasi. Pemilihan subjek penelitian komunitas Carat Kediri dilakukan untuk memperkecil fokus pada subjek agar sebaran populasi dan sampel lebih terarah dan terstruktur dalam penyusunan penelitian.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada bagian latar belakang, penelitian ini mengarah pada perumusan masalah yang akan diteliti yaitu:

1. Bagaimana pengaruh antara kebutuhan informasi *boygroup* Seventeen terhadap perilaku pencarian informasi melalui media sosial X oleh komunitas penggemar K-Pop Carat Kediri?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh antara kebutuhan informasi *boygroup* Seventeen terhadap perilaku pencarian informasi melalui media sosial X oleh komunitas penggemar K-Pop Carat Kediri.

E. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baik dari segi teori maupun praktik, yaitu:

1. Manfaat teoretis

Penelitian ini digunakan sebagai salah satu cara untuk mengembangkan dan mengimplementasikan ilmu pengetahuan yang telah didapatkan selama masa perkuliahan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam mengetahui pengaruh antara kebutuhan informasi *boygroup* Seventeen terhadap perilaku pencarian informasi melalui media sosial X oleh komunitas penggemar K-Pop Carat Kediri.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan pengetahuan baru bagi peneliti dalam keterkaitan materi terkait kebutuhan informasi individu, sekaligus perilaku pencarian informasi melalui media sosial X oleh komunitas penggemar K-Pop Carat Kediri.

b. Bagi Institusi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif dalam hal penemuan pengetahuan dan penjabaran terkait topik kebutuhan informasi dengan perilaku pencarian informasi.

F. Penegasan Variabel Penelitian

Variabel merupakan segala sesuatu yang dapat berbentuk apapun dan ditetapkan oleh peneliti, sehingga diperoleh informasi mengenai hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019). Variabel penelitian dapat berbentuk apapun dengan memerhatikan penyesuaian pada topik penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran atau analisis antara perilaku pencarian informasi dengan kebutuhan informasi melalui media sosial. Adapun penjabaran dari variabel penelitian sebagai berikut:

Variabel X= kebutuhan informasi.

Variabel Y= perilaku pencarian informasi.

