

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Korean Pop atau KPop merupakan sebuah genre musik yang sudah tidak asing lagi bagi masyarakat, terlebih lagi dalam beberapa tahun terakhir. Artis grup KPop tidak terlepas dari adanya dukungan fandom penggemar. Penggemar memiliki peran dalam mendukung artis yang mereka sukai dan membantu mengadakan *event* atau kegiatan lain. Penggemar merupakan sebutan bagi orang yang menggemari sesuatu dengan antusias, dimana kelompok penggemar tersebut nantinya akan berkelompok dan membentuk suatu kelompok atau bisa juga disebut sebagai fandom (Jeanette & Paramita, 2018). Penggemar memiliki perilaku yang dimulai dengan adanya kasih sayang kepada seorang selebriti atau topik yang diminati dan individu mengidentifikasi diri mereka sebagai penggemar melalui kesamaan antara diri mereka sendiri dan kelompok sosial yang mereka miliki, atau disebut dengan fandom (Wang, 2014).

Fandom KPop mendapat kemudahan dalam bertukar dan berbagi informasi dikarenakan berkembangnya akses media sosial. Menurut Chang dan Park (2018) individu dan kelompok mendapatkan kesempatan yang besar oleh media sosial dalam memperluas jangkauan untuk menciptakan solidaritas dalam suatu infrastruktur. Media sosial menyebabkan fandom KPop dapat berkumpul secara kolektif dan menjadi sekelompok kontributor dominan hampir di semua platform media sosial (Fitria, 2022). Pada fandom KPop terdapat *fan-base* yang berisikan mengenai kegiatan apa saja yang dilakukan oleh artisnya serta menjadi

penghubung antara fandom dengan artis yang didukung. Akun *fan-base* yang ada di media sosial akan digunakan untuk memberikan informasi dan koordinasi terkait dengan *fan project* seperti *voting*, *streaming*, *birthday project* hingga *fan donation* atau penggalangan dana atas nama fandom untuk masyarakat yang membutuhkan (Sa'diyah, 2019).

Pada Fandom KPop terdapat interaksi sosial. Interaksi sosial yang terjadi antar penggemar menciptakan terjadinya hubungan sosial sehingga menciptakan terjadinya kelompok sosial, dimana kelompok sosial memiliki identitas sosial yang merupakan kesamaan di antara orang-orang suatu kelompok dan perbedaan antara orang-orang di kelompok yang berbeda dan dikaitkan dengan adanya perilaku suatu kelompok (Wang, 2014). Bentuk interaksi sosial yang dilakukan oleh fandom antara lain dapat berupa diskusi mengenai topik yang berkaitan dengan idola, kemudian membuat kreasi penggemar, mendukung kampanye amal yang didukung oleh idola atau fandom, dan memberikan dukungan kepada idola (Indriani, 2022).

Identitas sosial yang dimiliki oleh fandom KPop dapat memengaruhi berbagai kegiatan yang dilakukan dalam suatu fandom. Dimana untuk meningkatkan identitas sosial atau mempertahankan identitas sosial, setiap individu memiliki strategi yang berbeda-beda (Ellemers & Haslam, 2014). Semakin tinggi identitas sosial yang dimiliki oleh suatu fandom maka akan semakin tinggi juga perilaku prososial yang dilakukan oleh suatu fandom (Muslimah, dkk., 2023). Perilaku penggemar dimulai dengan adanya kasih sayang kepada seorang selebriti atau topik yang diminati dan individu mengidentifikasi diri mereka sebagai penggemar

dengan adanya kesamaan antara diri mereka sendiri dan kelompok sosial atau fandom yang mereka miliki (Wang, 2004).

Salah satu bentuk kegiatan yang dilakukan oleh fandom Kpop yaitu pemberian donasi atau sumbangan. Seseorang melakukan donasi karena mendapatkan norma-norma dari dalam kelompok sebagai bentuk referensi dalam memberikan sumbangan, dimana perilaku memberi donasi itu dipandang positif dan umum terjadi (Croson, dkk., 2009). Pemberi donasi akan mendapatkan manfaat dan tetap menjaga reputasi baik atau meningkatkan reputasi diri diantara anggota kelompok lainnya sehingga tidak mendapatkan kecaman dari sesama anggota (Konrath & Handy, 2017).

Donasi pada umumnya dilakukan untuk *charity* atau untuk tujuan lainnya. Menurut *Charities Aid Foundation* (2014), pada tahun 2013 jumlah donasi untuk *charity* di seluruh dunia dapat berjumlah 335,17 Miliar USD. Donasi lainnya dilakukan berkaitan dengan pemberian donor darah, dimana sebagian besar pemberi donasi melakukan upaya khusus untuk membantu sistem layanan kesehatan selama periode COVID-19 (Chandler, dkk., 2021). Bentuk donasi lainnya yang berhubungan dengan *charity*, yaitu donasi yang dilakukan oleh fandom KPop ketika terjadinya tragedi Kanjuruhan dimana donasi yang dikumpulkan untuk keluarga dan korban bencana mencapai total lebih dari 800 Juta Rupiah (Nissa, 2022).

Donasi tidak hanya dilakukan untuk hal-hal yang berkaitan dengan *charity*, tetapi juga bisa dilakukan untuk tujuan lainnya. Donasi dengan tujuan non-*charity* dapat dilakukan antara lain untuk mendukung karya seni, hal yang berkaitan

dengan upaya pelestarian lingkungan alam, mempromosikan pendidikan atau donasi untuk memajukan dan mendukung penelitian ilmiah dimana pemberian donasi ini turut dapat memberikan dampak positif terhadap pemberi donasi dikarenakan dukungan tersebut sejalan dengan nilai dan keyakinan pribadi mereka (City of Good, 2022). Contoh bentuk donasi lainnya yaitu donasi yang dilakukan untuk pemberian tip sosial dan pemberian hadiah kepada *virtual streamer* (Kunigita, 2023), dimana donasi yang dilakukan tidak untuk *charity* akan tetapi merupakan bentuk upaya untuk mendukung penyedia layanan tersebut (Siberling, 2021).

Pada fandom KPop donasi yang dilakukan tidak hanya untuk kegiatan *charity* saja tetapi juga dilakukan untuk mendukung karya seni atau sebagai bentuk pemberian hadiah kepada idol. Salah satunya yaitu pemberian donasi oleh fandom untuk *project comeback* album dari Treasure dengan pemasangan *Ads Youtube* dan *streaming* di *platform genie* (Medi, 2023). Bentuk lainnya yaitu dengan mengumpulkan uang agar penggemar yang tidak mampu membeli album musik idolnya, bisa memiliki dana sehingga dapat membantu *chart* musik dari idol (Williams, 2021). Kegiatan donasi yang dilakukan oleh fandom KPop juga dilakukan untuk mendukung karya yang dikeluarkan oleh idol KPop. Bentuk donasi lainnya yang dilakukan oleh fandom KPop yaitu untuk *birthday project* dengan pemasangan ads LED untuk ulang tahun idol KPop yaitu Sehun (Crescent, 2022).

Motivasi seseorang dalam memberikan sumbangan dapat terjadi dikarenakan berbagai hal. Motivasi dapat diartikan sebagai dorongan untuk melakukan sesuatu,

dimana terjadinya motivasi berkaitan dengan tujuan-tujuan mendasar yang dapat menimbulkan suatu tindakan yang menyangkut dengan alasan tindakan tersebut dilakukan (Ryan & Deci, 2000). Individu termotivasi melakukan donasi dikarenakan ingin bertindak sesuai dengan norma sosial kelompoknya dan/atau agar diterima oleh kelompok tersebut (Wiepking & Maas, 2009).

Fandom Kpop terdiri dari berbagai rentang usia dan pekerjaan yang berarti memiliki perbedaan terkait dengan kemampuan finansial atau uang yang berbeda, sehingga tidak semua fans memiliki kebebasan finansial dan bebas menggunakan uang yang mereka miliki. Usia fandom KPop yang ada di Indonesia mayoritas berada pada rentang usia remaja hingga dewasa awal (Sahfitri, dkk, 2019). Fandom KPop yang berada pada satus pendidikan sekolah hingga menengah berkisar lebih dari 50% sehingga memiliki kemungkinan yang besar mengalami ketergantungan finansial (Cheriyah & Hadi, 2022). Hal yang berpengaruh ketika melakukan suatu donasi terutama pemberian donasi uang dipengaruhi oleh dan ditentukan oleh kondisi demografis dan sosial ekonomi seperti usia, jenis kelamin, keluarga yang ditanggung dan juga status perkawinan (Lee & Chang, 2007).

Berdasarkan pemaparan di atas, peneliti tertarik untuk meneliti lebih dalam mengenai motivasi berdonasi pada fandom KPop. Pada penelitian sebelumnya belum terdapat penelitian mengenai motivasi dalam berdonasi yang dilakukan oleh fandom KPop terutama berdonasi yang ditujukan untuk idol. Penelitian bertujuan untuk melihat seperti apa gambaran motivasi fandom KPop dalam melakukan donasi. Peneliti memilih fandom KPop sebagai partisipan dikarenakan donasi yang dilakukan mendapatkan perhatian lebih dari masyarakat, dan donasi

yang dilakukan oleh fandom KPop tidak hanya diadakan untuk menghadapi isu sosial saja tetapi juga dilakukan untuk memberikan dukungan kepada idol atau merupakan donasi *non-charity*. Oleh karena itu, peneliti bertujuan untuk melakukan penelitian dengan judul “**Motivasi melakukan donasi pada fandom K-Pop**”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, rumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah “Seperti apakah gambaran motivasi melakukan donasi pada fandom KPop?”

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui seperti apakah gambaran motivasi melakukan donasi pada fandom KPop.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan berkaitan motivasi dalam berdonasi khususnya dalam lingkup fandom KPop yang cukup sering diadakannya donasi. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi sumber informasi bagi penelitian selanjutnya.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat mengenai motivasi dalam berdonasi yang dilakukan oleh fandom KPop dan dapat mengetahui hal apa saja yang menyebabkan fandom KPop melakukan donasi.