

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Penelitian ini berfokus pada sikap penggemar perempuan NCT Indonesia terhadap isu skandal Lucas. Fenomena mengenai idola K-pop yang dikabarkan memiliki perilaku-perilaku buruk menjadi fenomena yang menarik terutama di Indonesia. Selebriti Korea Selatan khususnya idola K-pop memiliki manajemen citra yang telah dibentuk oleh masing-masing agensi. Mereka dituntut untuk terlihat sempurna. Menurut Lee (2015) K-pop juga disebut sebagai “Pabrik K-pop” karena sistem pelatihannya yang unik dengan manajemen artis yang sangat terkontrol sehingga melahirkan keseragaman dalam keindahan fisiknya, gaya, musik dan kinerjanya. Sistem produksi tersebut diciptakan oleh para agensi hiburan Korea Selatan.

Soheili (2019) menuliskan bahwa sekali mereka debut, para idola harus menyerahkan kehidupan biasa mereka. Rutinitas mereka berubah menjadi lamanya durasi untuk latihan, diet ketat, berolahraga di *gym* sampai lelah, dan bahkan beberapa idola juga tidak boleh berkencan dan memiliki *handphone*. Padgett (2017) juga menjelaskan bahwa salah satu *girl group* Korea Selatan, ‘Blackpink’ juga mengaku bahwa mereka dilarang minum alkohol, merokok, *clubbing*, mengemudi, operasi plastik, dan berkencan. Para anggotanya bahkan dipisahkan dari idola pria dan *trainee* lainnya di gedung lain selama waktu istirahat makan. Berbagai macam bentuk pencegahan yang dilakukan oleh para agensi hiburan Korea Selatan kepada artis-artisnya ternyata sejalan dengan yang

dikatakan oleh Lee & Kwak (2016) bahwa perilaku tidak etis atau tidak bermoral dari figur publik terjadi secara tidak terduga sehingga membuat pemasar, yaitu agensi hanya mampu memiliki sedikit kendali untuk mencegahnya. Menurut Fedorenko (2017) para agensi juga menciptakan persona untuk selebriti yang bekerja di perusahaan mereka. Persona mereka tampilkan secara konsisten melalui berbagai penampilan mereka, mulai dari penampilannya di atas panggung, program acara hiburan lainnya, maupun iklan. Persona yang idola K-pop tampilkan secara konsisten mampu melahirkan banyak penggemar yang disebut dengan "*fandom*".

Saat ini, fandom telah menjadi fenomena yang sangat berpengaruh dan mendunia. Menurut Gooch (2008) fandom berdasar pada sekelompok penggemar yang membentuk jejaring sosial satu sama lain berdasarkan minat yang sama dalam mengonsumsi dan memproduksi teks-teks tertentu. Einerson (1998) mengungkapkan bahwa untuk mempertahankan perhatian fandom yang telah dimiliki, seorang idola yang telah membentuk persona tertentu harus berperilaku secara konsisten. Jika personanya bertindak di luar karakternya, para penggemar dapat mempertanyakan hubungannya dengan persona tersebut dan mungkin memutuskan hubungannya. Bore (2017) dalam Sundet & Peteresen (2021) menunjukkan bagaimana fandom di berbagai platform media sosial menikmati berbagai aktivitas dan membentuk berbagai budaya yang berdampak langsung pada perasaan penggemar. Terlebih lagi karena menurut Jenkins (2012) dalam Fuschillo (2020) fandom berakar dari fanatisme. Thorne & Bruner (2006) mendefinisikan fanatisme sebagai tingkat investasi yang dimiliki seseorang dalam

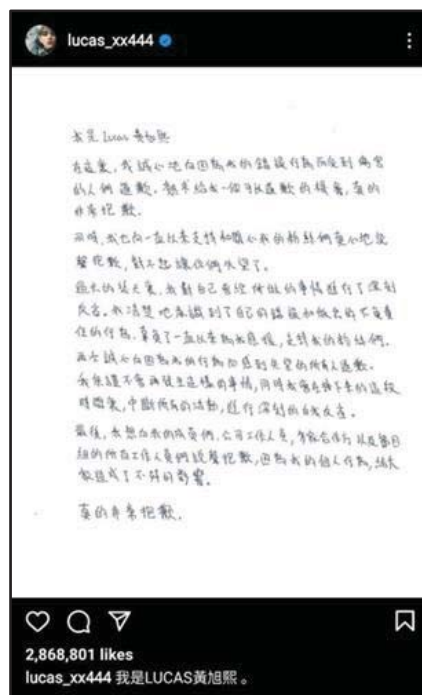
menyukai atau memperhatikan orang tertentu, kelompok, tren, karya seni atau suatu ide.

Berbagai macam bentuk fanatisme dilakukan oleh penggemar perempuan dalam suatu fandom. Wang & Kim (2019) berpendapat konsumen cenderung membentuk lebih banyak sikap dan evaluasi negatif ketika mereka terkena informasi tentang perilaku buruk dari selebriti dan informasi negatif tersebut dapat ditujukan juga pada ke brand dan produk yang didukung. Um (2013) juga mengungkapkan bahwa persepsi dan sikap individu terhadap selebriti dan *brand* yang melakukan pelanggaran sebagian besar dipengaruhi oleh jenis strategi penalaran moral yang diaktifkan untuk mencerna informasi. Penelitian yang dilakukan oleh Bhattacharjee dkk., (2013); Lee & Kwak, (2016); Tsang (2002) telah mengusulkan tiga jenis strategi penalaran moral yang berbeda, yaitu: rasionalisasi (seseorang cenderung mengabaikan konsekuensi-konsekuensi negatif dan dampak-dampak dari kesalahan selebriti), *decoupling* (seseorang yang mampu memisahkan perilaku buruk selebriti dengan profesionalitas mereka), dan *coupling* (seseorang yang mampu menggabungkan perilaku buruk selebriti dengan profesionalitas mereka). Tuduhan-tuduhan yang diarahkan kepada Lucas dievaluasi oleh penggemar yang kemudian mereka tunjukkan dengan beberapa sikap.

Pada tahun 2021, beberapa idola K-pop dan beberapa publik figur asal Korea Selatan diterpa isu-isu skandal yang membuat ramai isi media sosial, termasuk Lucas. Ada seseorang yang mengaku sebagai mantan kekasih Lucas yang mengklaim bahwa selama mereka menjalin hubungan, ia sering di-"*gaslight*",

dihabiskan uangnya, dan diselingkuhi. Pengakuan dari orang yang mengaku sebagai mantan kekasihnya itu kemudian tersebar dengan cepat terutama di Twitter sampai menjadi *trending topic* di Indonesia sejak Agustus 2021. Ditulis oleh Dong (2021) dua hari setelah isu skandalnya menyebar, Lucas menulis permintaan maaf di akun Instagram-nya dalam tulisan Cina dan Korea yang jika diterjemahkan dalam bahasa Inggris menjadi:

"I want to offer my sincere apology to those who have been hurt by my misconducts. I want to express my apology in person, if I am given an opportunity. What I did in the past was wrong and irresponsible. I will make sure that an incident like this does not reoccur... I will go on a hiatus (from today) to take time to reflect on myself."



Gambar 1 Permintaan Maaf Lucas yang diunggah di instagram pribadinya
Sumber: Instagram @lucas_xx444

Fenomena tersebut menjadi menarik bagi peneliti karena sampai saat ini penggemar masih banyak yang berusaha mencari kebenaran dibalik isu skandalnya. Pada tanggal 11 September 2021, *Soompi Community* meringkas urutan waktu kejadian skandal Lucas beserta dari hasil penyelidikan yang

dilakukan penggemar (Soompi, 2021). Tautan artikel tersebut dibagikan dalam utasan Twitter yang ditulis oleh @achateutic dan telah disukai oleh lebih dari 20.000 pengguna. Pada tanggal 16 Oktober 2021, akun @Jae_San membuat utasan yang berisikan mengenai investigasi penuh yang telah berlanjut setelah tuduhan dimulai. Utasan tersebut juga telah di disukai oleh lebih dari 25.000 pengguna. Pada saat itu “#ProtectLucas” dan “#SasaengOut” juga langsung menjadi *trending topic* di Indonesia dengan lebih dari 100.000 *tweets* (cuitan) di Twitter. Pada tanggal 1 November 2021, Lucas kembali menjadi *trending topic* di Indonesia dengan lebih dari 100.000 *tweets* karena Lucas tidak tergabung dalam *Season's Greeting* WayV maupun NCT sehingga membuat penggemar bertanya-tanya mengenai status Lucas dalam grup-nya. Kemudian tanggal 13 November 2021 penggemar NCT kembali memenuhi *trending topic* Indonesia dengan “Lucas”, #WayV, dan “NCT 2021” setelah pengumuman NCT 2021 yang akan melakukan *comeback* tanpa Lucas. Pada tanggal 17 Januari 2022, Lucas masih menjadi *trending topic* Indonesia karena penggemar sedang merayakan hari peringatan debut WayV yang ketiga. Walaupun Lucas belum bergabung kembali dengan NCT maupun sub-unitnya, tetapi ia masih terus menjadi *trending topic* bahkan sampai tanggal 23 November 2022.

Isu skandal Lucas tersebar karena Twitter memiliki fitur “*trending topic*” yang biasanya digunakan oleh fandom. Para penggemar biasanya membuat suatu *hashtag* yang berkaitan dengan idolanya supaya menjadi “*trending topic world wide*” yang dapat memberikan eksposur kepada pengguna Twitter di seluruh dunia (Fauziah & Kusumawati, 2015). Para K-pop *stan* Twitter akan menyukai (*like*) dan mencuit ulang (*retweet*) konten yang berhubungan dengan K-pop dan

mereka akan mengikuti akun-akun yang menyediakan konten yang serupa. Twitter mempromosikan dan menunjukkan *tweets* yang paling populer yang berhubungan dengan apa yang penggunanya sukai (Levina & Arriaga, 2014). Twitter merupakan tempat yang logis untuk perkumpulan *fandom* K-pop, karena di Twitter penggemar dapat mencari dan menemukan apa yang sedang terjadi di dunia K-pop dalam cara yang sederhana (Rebello, 2022).

Twitter juga mengenalkan pada fenomena budaya membatalkan atau *cancel culture*. Menurut Athallah (2020) *cancel culture/canceling/call-out culture* merupakan salah satu kata yang paling banyak digunakan di Twitter. *Cancel culture* berhubungan dengan *public figure* yang terkena skandal tertentu. Norris (2020) mendefinisikan *cancel culture* sebagai usaha untuk membatalkan *public figure* dan perusahaan setelah mereka melakukan suatu kesalahan. Korea Reomit (2021) dalam *channel* (saluran) Youtubenya menjelaskan bahwa di Korea Selatan menjadi *public figure* memiliki tanggung jawab yang sangat besar. Di Korea, *cancel culture* dianggap merupakan cara untuk menegakkan kembali nilai norma dasar. Utami (2022) membahas fenomena *cancel culture* dalam artikelnya mengenai isu skandal aktor Korea Selatan, Kim Seon Ho dan skandal *influencer* Indonesia, Rachel Vennya yang menjadi *trending topic* di Twitter dan Instagram. Ia menuliskan bahwa Korea adalah salah satu negara yang paling terkenal menerapkan *cancel culture*, khususnya dalam industri hiburannya. Ketika seseorang terkena skandal, maka karir yang dimiliki orang tersebut langsung jatuh seketika. Tetapi Utami menemukan ternyata tidak hanya di Korea saja, saat ini *cancel culture* juga mulai diterapkan di Indonesia namun dengan implementasi yang berbeda.

Lucas merupakan salah satu dari anggota *boy group* NCT (*Neo Culture Technology*) yang sedang populer. NCT dibentuk oleh SM Entertainment sejak tahun 2016. Prambors FM (2021) menulis dalam artikelnya bahwa NCT merupakan salah satu *boy group* yang paling sering dibicarakan di tahun 2020. Popularitas NCT juga dibuktikan dari jumlah pengikutnya di media sosial, mereka memiliki jumlah pengikut terbanyak di Twitter sebanyak 9.9 juta (27/9/2022) dan pengikut Instagram sebanyak 14.7 juta (27/9/2022). Dilansir dari CNN Indonesia (2020) berdasarkan data *Gaon Chart*, NCT juga menjadi salah satu grup K-pop yang menyumbang penjualan album terbanyak. NCT merupakan grup yang populer tidak hanya di Korea Selatan saja tetapi juga di Indonesia. Mereka sering datang ke Indonesia serta membuat konten yang berkaitan dengan Indonesia di saluran Youtube-nya (IDN Times, 2020). NCT 127 bahkan mendapat penghargaan “*Special Award*” di acara *Indonesia Television Award* (ITA) (Aini, 2019).

Nama Lucas yang sering menjadi *trending topic* teratas di Indonesia membuktikan bahwa isu skandalnya banyak menyita perhatian penggemarnya di Indonesia. Lucas merupakan salah satu anggota NCT dibawah agensi SM Entertainment. SM Entertainment, agensi hiburan yang masuk ke dalam daftar agensi ‘*Big 3*’ di Korea selatan dan telah lama berdiri melahirkan artis-artis yang sangat bertalenta. Selain itu Lucas juga merupakan salah satu anggota yang populer dari 23 anggota NCT. Tidak hanya populer di komunitas penggemar domestik saja, tetapi popularitasnya di Indonesia juga tinggi. Hal tersebut dapat dilihat dari ditetapkannya Lucas seorang diri sebagai *Brand Ambassador* oleh Neo Coffee Indonesia. Ia juga tergabung dalam SuperM, yaitu *boy group* kolaborasi

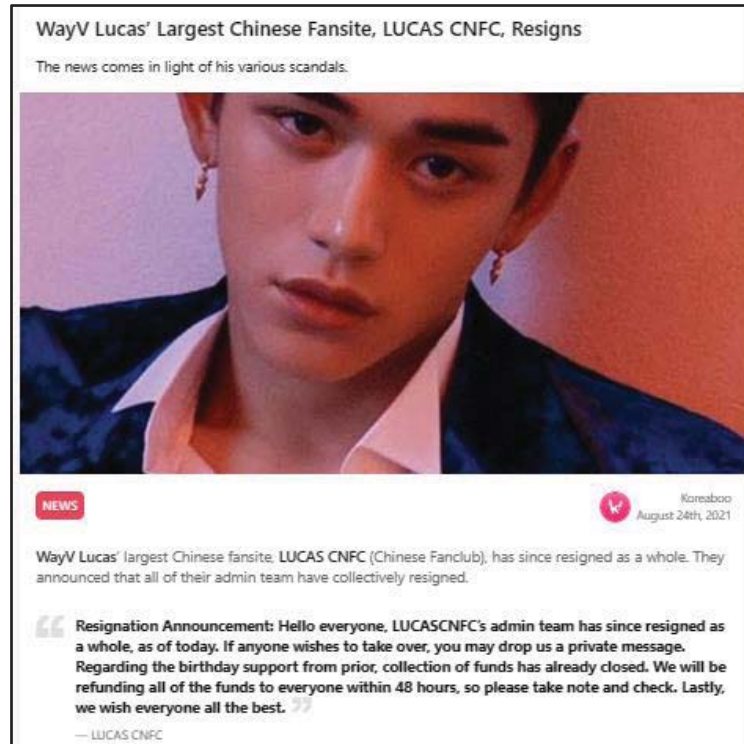
yang berisikan idola-idola terbaik dari grup-grup andalan SM Entertainment. SuperM juga dianggap seperti “*Avengers*” karena berisikan grup populer seperti Shinee, EXO, NCT, dan WayV.

Lucas yang tergabung dalam beberapa sub-unit seharusnya cukup menunjukkan bahwa ia memiliki banyak aktivitas dan berpenghasilan lebih dari anggota NCT yang lain, tetapi dengan beredarnya tuduhan bahwa dia merupakan seseorang yang *mata duitan* tentu menjadi menarik. Kemudian terkait tuduhan *gaslighting* menurut Sweet (2019) *gaslighting* adalah istilah yang semakin umum digunakan untuk menggambarkan strategi manipulasi pikiran secara kasar, baik dalam hubungan politik maupun hubungan antar pribadi. Menurut Wahyuni dkk. (2020) *gaslighting* biasanya ditandai dengan menyalahkan korban dan berusaha membuat korban percaya bahwa dia bersikap kasar karena korban melakukan kesalahan sehingga membuat korban kehilangan kepercayaan dirinya. Ditulis oleh Mikhailova (2018) *gaslighting* bahkan dijadikan bagian resmi dari hukum pidana kekerasan dalam rumah tangga pada tahun 2015 di Amerika. Ditulis oleh Kurniawan & Limanta (2021) dan Harahap (2021), di Indonesia istilah *gaslighting* menjadi salah satu topik yang ramai dibahas di Indonesia dan bahkan menjadi istilah *gaul* yang sering digunakan anak-anak muda zaman sekarang (Kurniawan & Limanta, 2021; Harahap, 2021). *Gaslighting* juga digambarkan melalui film di Indonesia yang baru rilis dua tahun yang lalu berjudul “*Story of Kale: When Someone’s in Love*” (2020).

Terkait tuduhan perselingkuhan, di Indonesia kasus-kasus perselingkuhan selebriti telah menjadi konsumsi publik sejak dahulu sehingga banyak film, buku, dan sinetron Indonesia mengangkat tema perselingkuhan. CNN Indonesia (2022)

mengutip survei dari Jakpat dan Cabaca, sekitar 60,29 persen dari 209 responden tertarik dengan alur cerita film atau serial mengenai perselingkuhan. Tetapi ada perbedaan isu skandal Lucas dengan skandal perselingkuhan selebriti Indonesia salah satunya adalah karena menurut Jenol & Pazil (2020) K-pop populer dengan industrinya yang sangat kompetitif dimana gadis-gadis dan anak laki-laki muda dilatih secara keras dan menunggu selama bertahun-tahun untuk menjadi seorang bintang. Beberapa bahkan menganggap para idola K-pop “terprogram untuk menghibur”.

Meskipun selebriti maupun idola K-pop umumnya memiliki persona yang telah dibentuk oleh agensinya, tetapi informasi mengenai skandal selebriti rupanya sering dirilis dalam berita di berbagai media sosial. Choi, dkk. (2018) berpendapat bahwa dampak dari isu skandal seorang selebriti di media sosial sangat bervariasi berdasarkan sistem nilai budayanya. Seperti misalnya perbedaan sistem nilai di Amerika Serikat dan Cina. Dalam kasus Lucas, ia merupakan anggota NCT yang lahir di Hongkong dan akibat menyebarnya isu skandal tersebut, ditulis oleh Tionardus (2021) *fansite* atau kelompok penggemar terbesar Lucas di Cina telah menghentikan seluruh aktivitasnya. Sementara itu Sophie-Ha (2021) menuliskan bahwa tidak sedikit warga Korea Selatan yang berkumpul dalam sebuah forum online dan menunjukkan kekesalan dan kekecewaan mereka dengan perilaku Lucas.



Gambar 2 Fansite Cina terbesar Lucas WayV, LUCAS CNFC mengundurkan diri
Sumber: Koreaboo (2021)

1. That Hendery member is pitiful
2. Kick him out
3. The issue isn't that he only cheated on 3 girls right now, he must have met so many fans at fan meetings or official events and had sexual relationships with them and got luxury gifts from them. The things that he's doing are seriously not good
4. It's because you guys go "handsome handsome" at everything he does that he thinks that you're so easy
5. He acknowledged so he should withdraw. What "reflection"?
6. His apology was so typical. Not kicking him out is just SM pulling off an SM
7. What are they gonna do about Hendery? = = = = = they scrapped everything on the day of their single release
8. Hendery was just staying still though. What wrong did he do? = =
9. Hul you're telling me that everything was real???
10. Ah, you may go now

Gambar 3 Respon netizen Korea terhadap permintaan maaf Lucas dan SM
Sumber: Pann-choa (2021)

Ramainya *trending topic* Indonesia tentang pemberitaan skandal Lucas dan dekatnya *cancel culture* terhadap selebriti yang terkena skandal membuat peneliti

juga ingin mengetahui bagaimana strategi penalaran moral yang akan membentuk sikap penggemar perempuan NCT Indonesia terhadap isu skandal Lucas? Bagaimana sikap penggemar ketika persona karakter media yang mereka sukai tiba-tiba bertindak di luar karakternya? Bagaimana proses evaluasi yang mereka aktifkan sampai menentukan sikapnya ketika mengetahui idolanya dituduh berperilaku buruk di masa lalu? Peneliti percaya bahwa selama penggemar menjadi NCTzen (sebutan untuk fandom NCT) mereka telah melakukan banyak aktivitas untuk mendukung idolanya sehingga perilaku fanatisme dan keaktifan mereka dalam fandom juga perlu ditelaah lebih lanjut. Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberi gambaran variasi sikap yang penggemar tunjukkan terutama di Twitter, karena Twitter merupakan platform yang paling sering digunakan penggemar K-pop.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan diatas, maka rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah:

Bagaimana beragam sikap penggemar perempuan NCT Indonesia mengenai isu-isu skandal Lucas?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui lebih dalam mengenai beragam sikap penggemar perempuan NCT Indonesia yang aktif dalam fandom ketika mengetahui isu skandal Lucas.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi gambaran dan pembelajaran bagi penggemar tentang konsekuensi yang akan mereka dapatkan ketika memberikan perhatian lebih kepada selebriti yang terkena skandal, khususnya idola K-pop yang terlihat sempurna. Selain itu penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan manfaat untuk mengembangkan keilmuan dalam bidang studi penggemar terutama pada perkembangan budaya K-pop di Indonesia dan dapat menjadi bahan dukungan untuk perkembangan penelitian-penelitian yang lain terkait dengan budaya fandom dan K-pop.