

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Kesenjangan digital di Indonesia suatu permasalahan yang tidak dapat dihindari saat ini. Semakin pesatnya perkembangan zaman yang menghasilkan semakin canggihnya teknologi sendiri yang tentu saja telah memengaruhi segala kehidupan masyarakat di dunia. Saat ini hampir semua aspek kehidupan diwarnai oleh kecanggihan teknologi namun nyatanya juga masih banyak permasalahan tidak meratanya pengetahuan serta kemampuan masyarakat untuk memanfaatkan kemudahan melakukan berbagai hal dengan canggihnya teknologi tersebut. Permasalahan seperti ini bisa terjadi di berbagai masyarakat di dunia. Di Asia Pasifik, Indonesia juga termasuk dalam negara yang akses teknologi, informasi dan komunikasinya rendah. Hal ini seperti yang terlihat dalam penelitian oleh (Maji & Laha, 2021) yang berjudul *“The role of digital skill in mitigating digital divide: evidences from Asia-Pacific region”* yang mengelompokan negara-negara di Asia Pasifik dengan berdasarkan tinggi dan rendahnya akses teknologi, informasi dan komunikasi dan literasi digitalnya dan hasilnya adalah Indonesia termasuk ke dalam negara di Asia Pasifik dengan akses teknologi, informasi, dan komunikasi yang rendah bersama dengan 17 negara lainnya.

Kesenjangan digital adalah salah satu permasalahan yang serius saat ini yang harus segera ditangani mengingat perkembangan dunia serba digital. Kesenjangan digital ini dapat terjadi juga karena beberapa faktor. Faktor kesenjangan digital itu sendiri bisa dilihat dari perbedaan kemampuan yang dimiliki tiap individu mulai dari penyediaan media teknologi, informasi, dan komunikasi, keinginan mencoba dan penggunaan media teknologi yang baru diketahui hingga pada perbedaan akses teknologi, informasi, dan komunikasi yang berkaitan dengan lokasi geografis hingga kualitas dari media teknologi, informasi dan komunikasi yang dimiliki. Faktor kesenjangan digital yang paling umum terjadi selama ini adalah faktor perbedaan lokasi geografis yang mana hal ini berpengaruh pada penyebaran sinyal internet yang memengaruhi akses masyarakat untuk mengakses teknologi, informasi dan komunikasi yang berbasis internet. Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh (Chen, W., Wellman, 2004) berjudul *“the global digital divide – within and between countries”* yang menunjukkan hasil bahwa faktor yang signifikan dapat memengaruhi akses masyarakat dalam penggunaan internet adalah lokasi geografis. Perbedaan lokasi geografis ini juga tentunya

bukan hanya antara satu kota dengan kota yang lain ataupun satu negara dengan negara yang lain, namun juga bisa antara satu kecamatan dengan kecamatan yang lain ataupun satu kelurahan dengan kelurahan yang lain dalam satu kota yang sama. Tak jarang dalam satu kota yang sama, kesenjangan digital yang dialami masyarakatnya juga sering terjadi.

Bukti yang seringkali terjadi dan berada di sekitar kita mengenai tidak meratanya pembagian internet di beberapa daerah di Indonesia, bahkan meskipun di kota-kota besar seperti Kota Surabaya dapat terlihat dari penelitian yang telah dilakukan oleh (Hutauruk & Sidabutar, 2020) yang berjudul “Kendala Pembelajaran Daring Selama Masa Pandemi di Kalangan Mahasiswa Pendidikan Matematika: Kajian Kualitatif Deskriptif” yang mana salah satu pertanyaan penelitiannya adalah kendala apa dalam yang dialami saat pembelajaran daring dalam hal jaringan internet, dan hampir seluruh responden menjawab jaringan internet yang lambat di tempat mereka. Dari sini, dapat terlihat bahwa masalah kualitas jaringan internet di satu kota yang sama sampai saat ini masih menjadi permasalahan yang mendasar karena tidak meratanya pembagian jaringan internet di Indonesia. Tak hanya itu sebagai bagian dari masyarakat global, masyarakat Indonesia juga tentunya tidak dapat menghindari perkembangan teknologi, informasi dan komunikasi yang terus meningkat salah satunya dengan adanya internet ini. Hal semacam ini dapat terlihat pada saat kita mengakses berbagai kebutuhan baik untuk pendidikan, pekerjaan, hingga hiburan ini lebih cepat menyebar dan lebih banyak tersedia melalui beberapa platform media sosial dan untuk mengakses platform-platform media sosial tersebut dibutuhkannya internet yang terhubung dalam media teknologi, informasi dan komunikasi yang dimiliki tiap individu. Namun pada nyatanya, tidak merata persebaran internet hingga kualitas internet yang buruk menjadi faktor adanya keterbatasan kita untuk mengakses apa saja yang kita butuhkan melalui platform-platform media sosial sesuai dengan bagaimana kesenjangan digital itu terjadi.

Menjadi faktor paling umum yang selama ini terjadi nyatanya lokasi geografis yang berpengaruh pada perbedaan kemampuan akses tiap individu menggunakan media teknologi, informasi, dan komunikasi miliknya bukan berarti satu-satunya faktor kesenjangan digital yang menjadi perhatian. Adanya faktor kesenjangan digital yang lain yang perlu diperhatikan saat ini menjadi permasalahan yang terbilang *urgent* melihat di tengah persaingan global saat ini, kemampuan memanfaatkan kecanggihan teknologi sebagai wujud adaptasi dengan perkembangan zaman. Adanya faktor kesenjangan digital seperti perbedaan kemampuan individu menyediakan media teknologi, informasi dan komunikasi yang media serta perbedaan kemampuan individu menggunakan atau mengoperasikan media teknologi,

informasi dan komunikasi yang dimiliki untuk berbagai kebutuhan juga sangat perlu diperhatikan mengingat hal tersebut juga akan terlihat bagaimana individu tersebut menjalankan berbagai kegiatan sehari-harinya. Hal ini kesenjangan digital sendiri menjadi permasalahan yang bisa terjadi pada siapapun, kapanpun dan dimanapun. Dari sini dapat terlihat, faktor lain dari kesenjangan digital yang telah disebutkan perlu juga diperhatikan.

Kesenjangan digital dapat disebabkan oleh beberapa faktor salah satunya adalah faktor geografis meskipun tentunya adanya kemungkinan faktor lain seperti pernyataan kesenjangan digital atau *digital divide* menurut (Office International Labour, 2001) bahwa “*given its different speed of diffusion in wealthy and poor countries, the information and communications technology (ICT) revolution is resulting in a widening global digital divide*” atau dalam hal ini kesenjangan digital terjadi bukan hanya karena faktor geografisnya saja tetapi juga karena faktor sosial ekonomi suatu negara. Jadi seperti teori milik (J. Van Dijk, 2006) yang menyatakan bahwa kesenjangan digital ini adalah kondisi dimana antar individu yang memiliki perbedaan dalam kepemilikan teknologi ataupun akses internet dan hal inilah yang menimbulkan adanya suatu *gap*. Hal ini juga selaras juga dengan pendapat dari (Putra, 2009) yang menunjukkan bahwa kesenjangan digital adalah sebuah ketidakmerataan akses serta pemanfaatan teknologi, informasi, dan komunikasi yang dapat dilihat perbedaan usia, gender, lokasi geografis hingga tempat kerja suatu individu itu sendiri. Untuk memahami tahapan dalam kesenjangan digital, (Molnar, 2003) membagi tipe kesenjangan digital ini menjadi 3 tipe yakni *access divide* yang merujuk pada kesenjangan kepemilikan akses terhadap teknologi, informasi, dan komunikasi tiap individu, *usage divide* yang merujuk pada kesenjangan cara penggunaan teknologi, informasi dan komunikasi tiap individu, dan *quality of use divide* yang merujuk pada kesenjangan kualitas penggunaan teknologi, informasi, dan komunikasi sehari-hari tiap individu.

Access divide merupakan tipe kesenjangan digital yang dapat dilihat dari ketidakseimbangan antar individu dalam kepemilikan akses terhadap teknologi, informasi, dan komunikasi dalam kehidupan sehari-hari yang mana hal ini berpengaruh faktor ekonomi seperti yang telah disebutkan sebelumnya. Tidak semua individu dapat memiliki perangkat teknologi, informasi, dan komunikasi yang memadai karena tidak semua perangkat dilengkapi dengan internet yang saat ini menjadi hal yang penting untuk mengakses beragam informasi harian, berkomunikasi, dan juga menyelesaikan pekerjaan. Hal ini selaras dengan pernyataan dari (Fuchs, C., & Horak, 2007) bahwa tipe kesenjangan digital ini merupakan ketidaksamaan akses yang berkaitan dengan bagaimana suatu individu mendapatkan akses

terhadap penggunaan perangkat teknologi, informasi dan komunikasi termasuk *hardware*, *software*, jaringan dan aplikasinya. Nyatanya perangkat teknologi, informasi dan komunikasi yang memadai dengan kapasitas internet juga tentunya mempunyai harga yang tidak murah sehingga tidak semua individu dapat memilikinya terlebih bagi individu yang merasa kurang dalam hal ekonomi dan merasa bahwa perangkat tersebut bukanlah kebutuhan pokok yang harus dipenuhi sehingga mereka memilih untuk tidak memiliki perangkat teknologi, informasi, dan komunikasi dengan kapasitas internet. Bukan hanya internet saja, menurut (Triguswinri & Afrizal, 2021) bukan semata-mata internet yang dapat menghubungkan orang di seluruh dunia ini dengan teknologi, informasi dan komunikasi namun adanya kepemilikan akses dari tiap individu. Namun, justru hal itulah yang menjadikan mereka mengalami kesenjangan digital yang termasuk dalam *access divide* dengan individu lain.

Hal tersebut tentu saja mengakibatkan banyak hal diantaranya terhambatnya proses mengakses informasi yang terbaru di sekitar yang mana tentu saja hal ini juga dapat memengaruhi bagaimana suatu individu akan bereaksi terhadap suatu informasi, seperti contohnya informasi mengenai proses belajar mengajar secara daring yang diperpanjang serta PPKM akibat adanya pandemi, jika kita tidak mengetahui mengenai informasi-informasi mengenai hal tersebut maka tidak menutup kemungkinan kita akan melanggar atau tidak mematuhi peraturan terbaru yang ada. Selain itu, kita juga tidak bereaksi saat berada di lingkungan sosial karena tidak memiliki informasi yang cukup untuk berinteraksi dengan individu lainnya, seperti contohnya jika ada suatu individu yang memerlukan pendapat atas suatu topik dari kita namun nyatanya kita tidak dapat bereaksi karena kurang data atau fakta dari topik tersebut yang dapat menjadi informasi.

Usage divide merupakan tipe kesenjangan digital yang dapat dilihat dari ketidakseimbangan antar individu dalam menggunakan teknologi, informasi dan komunikasi. Tipe kesenjangan digital yang satu ini berkaitan dengan kemampuan atau *skill* tiap individu dalam menggunakan teknologi, informasi dan komunikasi tersebut. Menurut (Van Dijk, J. A., & Hacker, 2003) dalam hal ini kita perlu untuk membedakan terlebih dahulu kemampuannya menjadi *operational skills* yang merupakan kemampuan untuk mengoperasikan internet beserta perangkat lunak (*software*) ataupun perangkat keras (*hardware*), *formal skills* yang merupakan kemampuan untuk menangani struktur-struktur khusus seperti *hyperlink* sehingga dapat terlihat apakah pengguna bingung atau tidaknya saat membuka sebuah halaman *website* satu yang kemudian akan diarahkan ke halaman *website* yang lain sehingga akan saling

terhubung, kemudian *information skills* yang merupakan kemampuan untuk mencari, memilah, memilih, hingga mengevaluasi informasi melalui media teknologi, informasi dan komunikasi yang disesuaikan dengan kebutuhan informasi tiap individu, dan yang terakhir adalah *strategic skills* yang merupakan kemampuan strategis individu untuk menggunakan media teknologi, informasi dan komunikasi yang dijadikan sebagian sumber informasi untuk tujuan tertentu. Tipe kesenjangan digital yang satu ini dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya usia. Dimana terdapat generasi dengan usia yang sama yang mereka lahir jauh dan sebelum lahirnya teknologi itu sendiri. Bahkan generasi yang usianya lahir setelah adanya teknologi saja masih banyak yang mengalami kesenjangan digital berupa *usage divide* ini, apalagi generasi yang lahir sebelum adanya teknologi. Hal ini tentunya menjadi tantangan tersendiri mengingat penggunaan teknologi, informasi, dan komunikasi diperlukan untuk banyak hal mulai dari berkomunikasi antar individu hingga mengakses informasi sehari-hari.

Jika kita tidak dapat menggunakan teknologi, informasi dan komunikasi dalam kegiatan sehari-hari untuk mengakses informasi, maka kita juga akan tentunya tertinggal mengenai berbagai informasi. Bahkan ketika kita telah memiliki perangkat teknologi, informasi dan komunikasi yang memadai namun pada akhirnya kita tidak dapat mengimplementasikannya atau menggunakannya, itu akan percuma juga, kita akan tetap tertinggal informasi dan tidak dapat menguasai informasi untuk diterapkan dalam kehidupan kita sehari-hari. Hal ini sama termasuk dalam bagaimana *skill* kita dalam menggunakan teknologi, informasi dan komunikasi. *skill* yang bisa diasah dengan belajar, namun untuk saat ini mempelajari cara menggunakan teknologi, informasi dan komunikasi diharuskan cepat mengingat juga arus perubahan juga berlangsung sangat cepat sehingga kita harus mengimbangnya dengan cepat juga agar tidak tertinggal. Adapun untuk mengukur penggunaan perangkat teknologi, informasi dan komunikasi ini seperti yang dijelaskan oleh (J. A. van Dijk, 2012) bahwa pemanfaatan atau penggunaan teknologi, informasi dan komunikasi ini memiliki beberapa aspek pengukuran yang nantinya bisa menentukan apakah suatu individu tersebut mengalami kesenjangan digital atau tidak yakni mengenai waktu dan frekuensi, jumlah keragaman penggunaan aplikasi seperti untuk pekerjaan atau karir, pendidikan, partisipasi dalam masyarakat, hiburan dan sebagainya, lebih aktif atau kurang aktif serta lebih kreatif atau kurang kreatif dalam menggunakan perangkat teknologi, informasi dan komunikasi.

Quality of use divide merupakan tipe kesenjangan digital yang dapat dilihat dari ketidakseimbangan kualitas penggunaan teknologi, informasi dan komunikasi antar individu

dalam kehidupan sehari-hari. Kualitas yang dimaksud bisa berupa sinyal jaringan yang digunakan dalam perangkat teknologi, informasi dan komunikasi yang artinya perangkat kita tersebut dapat terhubung dengan internet. Dalam tipe kesenjangan digital ini tentu saja mencakup salah satunya lokasi geografis dimana lokasi geografis turut berpengaruh dalam perbedaan kualitas sinyal jaringan, bukan hanya antara desa dan kota tetapi juga kota-kota besar yang notabene pembangunan infrastrukturnya lebih maju dan harusnya sinyal jaringannya termasuk baik namun pada nyatanya kota besar tidak menjain karena masih banyak kota-kota besar yang kualitas jaringannya buruk.

Hal ini juga menghambat segala proses kita saat menggunakan teknologi, informasi dan komunikasi karena percuma saja ketika telah memiliki perangkat yang memadai, *skill* atau kemampuan yang cukup untuk menggunakannya tetapi kualitas jaringannya buruk maka kita tentu tidak dapat menyelesaikan proses tersebut. Terlebih lagi untuk mengakses informasi, saat ini yang kebanyakan berada dalam media sosial selain membutuhkan perangkat yang memadai, kita juga membutuhkan kualitas jaringan yang baik. Jaringan yang baik seperti yang dijelaskan sebelumnya mencakup lokasi geografis sebagai salah satu faktor yang artinya lokasi geografis bukan semata-mata menjadi faktor ketidakseimbangan atau kesenjangan kualitas jaringan suatu daerah, namun jenis provider yang digunakan tiap individu juga dapat memengaruhi kualitas sebuah jaringan.

Tipe-tipe kesenjangan digital yang terbagi menjadi tiga yakni *access divide*, *usage divide*, dan *quality of use divide* ini dapat dikatakan saling melengkapi. Tiap individu harus memiliki perangkat teknologi, informasi dan komunikasi yang memadai, kemampuan atau *skill* menggunakan perangkat tersebut serta kualitas jaringan yang baik saat menggunakan perangkat tersebut untuk kehidupan sehari-hari termasuk memenuhi kebutuhannya. Namun, tiap individu biasanya mengalami tipe kesenjangan digital yang berbeda-beda, ada individu yang tidak memiliki perangkat teknologi, informasi dan komunikasi yang memadai yang mana perangkatnya hanya dapat digunakan untuk berkomunikasi saja melalui telepon atau pesan singkat dan tidak tersambung dengan jaringan internet yang biasa digunakan untuk mengakses berbagai hal termasuk kebutuhan informasi, kemudian ada juga individu yang kesenjangan digitalnya berupa kurangnya kemampuan atau *skill* dalam menggunakan perangkat teknologi, informasi dan komunikasi tersebut seperti cara masuk ke suatu *website*, cara membuat akun sosial media dan sebagainya sehingga terjadi ketidakseimbangan penguasaan informasi antar individu, serta ada juga individu yang kesenjangan digitalnya karena memiliki kualitas jaringan yang buruk sehingga tidak dapat tersambung ke internet

yang digunakan untuk kita mengakses sebuah informasi.

Kesenjangan digital seperti yang telah dijelaskan sebelumnya merupakan suatu permasalahan yang terjadi di era serba digital seperti saat ini yang tidak dapat dihindari. Suatu hal dikatakan menjadi suatu permasalahan karena memiliki dampak bagi yang mengalaminya tak terkecuali kesenjangan digital. Dampak kesenjangan digital sendiri juga beragam, mulai dari mereka yang mempunyai kelebihan dapat menggunakan dan memanfaatkan teknologi, informasi, dan komunikasi atau tidak mengalami kesenjangan digital akan dapat lebih mudah mengelola dan memanfaatkan berbagai sumber daya ekonomi dibandingkan mereka yang tidak dapat menggunakan dan memanfaatkan teknologi, informasi dan komunikasi atau yang mengalami kesenjangan digital.

Dampak kesenjangan digital ini dapat terjadi pada siapa saja, tak terkecuali fandom *treasure maker* Indonesia sebagai penggemar dari grup idol Korea *Treasure*. Berbeda hal jika menjadi penggemar idol yang berada dalam negara yang sama mungkin akan ada kemungkinan mengetahui informasi terbaru mengenai idol termasuk dengan kegiatan mendukung mereka secara lebih mudah. Namun, hal ini tidak berlaku bagi fandom *treasure maker* Indonesia dimana yang sepenuhnya mengandalkan teknologi, informasi dan komunikasi melalui berbagai platform media sosial untuk mendapatkan informasi terbaru tentang *treasure* hingga pada hampir semua kegiatan mendukungnya. Hal inilah yang menyebabkan adanya kesenjangan antar penggemar dalam satu fandom yang berdampak pada ketidakmampuan mereka untuk kompak memberi dukungan pada *treasure* termasuk dalam hal streaming dan voting agar *treasure* meraih kemenangan di music show.

Dampak kesenjangan digital pada masyarakat disampaikan oleh (Santoso, 2012) yang menyebutkan bahwa kesenjangan digital mempunyai dampak negatif yang signifikan yakni mereka yang kaya dan mempunyai kemampuan mengikuti perkembangan teknologi akan menguasai informasi digital sebagai sumber daya baru, sedangkan mereka yang ekonominya tertinggal dan tidak mempunyai kemampuan mengikuti perkembangan teknologi, semakin jauh dari kemampuan untuk menguasai informasi dan penggunaan teknologi, informasi dan komunikasi. Hal ini terjadi karena adanya faktor ekonomi dimana masyarakat yang kaya akan mudah saja mengikuti perubahan yang ada salah satunya perkembangan teknologi seperti mulai munculnya internet hingga *wifi*, mereka yang kaya akan lebih mudah mengikutinya sedangkan masyarakat yang ekonominya tertinggal akan susah mengikutinya karena lebih mementingkan kebutuhan-kebutuhan pokok yang harus dipenuhi seperti misalnya penyediaan

perangkat teknologi, informasi, dan komunikasi yang memadai hingga keinginan untuk menggunakan *wifi* adalah pilihan kesekian karena harganya sendiri yang tidak murah terlebih di masa pandemi seperti saat ini, banyak masyarakat yang mengalami pengurangan pendapatan sehingga mereka harus lebih ekstra untuk mengatur pengeluaran sehari-hari. Begitupun hal ini terjadi pada fandom *treasure maker* Indonesia yang tidak semuanya memiliki tingkat ekonomi yang tinggi sehingga mereka harus mengelola pengeluaran untuk kuota internet dimana dalam kegiatan streaming pun akan menguras banyak kuota internet pagi penggunaanya.

Faktor adanya perbedaan lokasi geografis hingga perbedaan infrastruktur karena fandom *treasure maker* Indonesia sendiri juga tersebar di berbagai daerah di Indonesia mulai dari kota-kota kecil hingga kota-kota besar seperti yang dipaparkan oleh Jenkins dalam (Winship, 1994) bahwa media menjadi fasilitas penggemar untuk berkomunikasi karena mereka yang tersebar di seluruh wilayah geografis, jarang atau bahkan tidak pernah bertemu *face to face* tetapi dapat berbagi kepentingan serta rasa kesamaan yang dialami. Namun pada nyatanya masyarakat yang berada di kota-kota besar serta infrastruktur yang memadai seperti perangkat dengan kapasitas internet masih juga mengalami keterbatasan akses karena keterbatasan kemampuan yang dimiliki. Dalam hal ini bahwa fandom *treasure maker* Indonesia sendiri tersebar di seluruh kota di Indonesia, dimana tidak semua kota mendapatkan kapasitas internet yang memadai, dimana hal ini juga akan berpengaruh pada kualitas penggunaan internet yang tentunya juga berpengaruh pada saat fandom *treasure maker* Indonesia mencari informasi terbaru seputar *treasure* hingga aktivitas seperti *streaming* dan *voting*.

Untuk penelitian ini sendiri, semua faktor kesenjangan digital mempunyai kemungkinan terjadi pada suatu penggemar. (J. A. G. M. van Dijk, 2005) juga menjelaskan bahwa kesenjangan digital ini ketidaksetaraan posisi dan latar belakang individu termasuk karakteristik yang di dalamnya mencakup usia, jenis kelamin, kesehatan, dan kecerdasan yang akhirnya menyebabkan ketidaksetaraan sumber daya dari individu itu sendiri sehingga muncul kesenjangan partisipasi individu terhadap lingkungan sekitar serta akses dan penggunaan teknologi.

Faktor kesenjangan digital berupa penyediaan media teknologi, informasi dan komunikasi. Faktor ini tentunya berhubungan dengan faktor ekonomi dari suatu individu itu sendiri. Dimana tidak semua individu mempunyai kemampuan untuk menyediakan media

teknologi, informasi, dan komunikasi bagi dirinya sendiri. Dilihat dari faktor kesenjangan digital berupa ketidakmampuan individu menyediakan media teknologi, informasi, dan komunikasi berkaitan dengan faktor ekonomi karena media tersebut dianggap bukanlah termasuk ke dalam kebutuhan primer melainkan kebutuhan tersier yang mana untuk menyediakannya membutuhkan biaya yang tidak sedikit. Hal ini menjadi tantangan untuk masyarakat Indonesia dimana angka kemiskinan di Indonesia sendiri belum dikatakan rendah yang artinya masih banyak masyarakatnya yang mengalami kemiskinan. Terlebih lagi selama hampir dua tahun lebih masuknya virus covid 19 ke Indonesia, membuat perekonomian juga menurun karena terhambatnya aktivitas mencari nafkah seperti sebelumnya. Nah, hal ini tentunya juga berpengaruh pada penyediaan media teknologi, informasi, dan komunikasi yang memadai seperti telah disebutkan sebelumnya karena adanya keterbatasan untuk dapat menyediakan media teknologi, informasi dan komunikasi tersebut. Padahal pada nyatanya saat ini, mempunyai media teknologi, informasi dan komunikasi adalah kebutuhan primer. Hal ini mengingat bahwa media teknologi, informasi dan komunikasi tersebut dapat digunakan untuk berbagai hal seperti alat komunikasi, bisnis, sarana hiburan dan yang pastinya sumber informasi dimana setiap individu dituntut untuk dapat mengikuti perkembangan tersebut tanpa terkecuali agar tidak tertinggal oleh persaingan global.

Faktor kesenjangan digital berupa ketidakmampuan individu dalam menggunakan atau mengoperasikan media teknologi, informasi, dan komunikasi untuk aktivitas sehari-sehari. Hal ini tentunya nantinya juga akan berdampak pada terbatasnya aktivitas yang dilakukan sehari-hari individu karena tidak mampu mengikutinya. Hal semacam ini biasa disebut juga dengan gagap teknologi. Ada banyak kemungkinan yang menyebabkan hal ini terjadi dan juga siapa saja dapat mengalaminya. Ada yang memang tidak mampu karena tidak mengerti caranya walau sudah berusaha mempelajarinya, ada yang memang tidak mampu karena tidak mengerti dan tidak berusaha mempelajari. Siapapun bisa mengalaminya bahkan generasi yang lahir dan perkembangannya seiring dengan perkembangan teknologi seperti generasi millennial sekalipun bisa saja tidak mampu menggunakan media teknologi, informasi, dan komunikasi. Hal ini terlihat seperti individu tersebut belajar sesuatu yang baru. Terlebih zaman juga semakin berkembang, banyak hal-hal yang terjadi untuk menghadapi masa depan. Perlu bagi kita untuk terus beradaptasi terhadap semua perubahan yang terjadi dengan cara mampu menggunakan atau mengoperasikan teknologi, informasi dan komunikasi ini untuk berbagai hal seperti untuk pendidikan, pekerjaan, hingga hiburan yang hal dasarnya seperti mencari berbagai informasi untuk melakukan berbagai hal tersebut. Hal ini juga

didukung oleh pernyataan dari (Roger Cartwright et al., 2001:109) dalam (Setyo Utami, 2015) bahwa suatu individu yang dapat bertahan dan mengambil banyak keuntungan di tengah era persaingan global adalah mereka yang menguasai sebanyak mungkin informasi.

Adanya fakta yang perlu diketahui bahwa bukan hanya untuk memenuhi informasi untuk berbagai hal seperti pendidikan, pekerjaan hingga hiburan, namun pada nyatanya perbedaan kemampuan individu menyediakan dan menggunakan atau mengoperasikan, hingga akses yang berujung juga pada kualitas jaringan teknologi, informasi dan komunikasi juga untuk berinteraksi dengan individu hingga kelompok lain. Menurut (Triguswinri & Afrizal, 2021) interaksi antar masyarakat informasi ini bertumpu pada adanya media sosial yang menggunakan teknologi, informasi dan komunikasi secara luas, dan hampir setiap pada aspek kehidupan. Hal ini menunjukkan bahwa dalam memenuhi kemampuan kita terhadap tiga faktor kesenjangan digital tersebut tentu menjadi hal yang sangat diperhatikan. Dimana ada yang mempunyai media teknologi, informasi dan komunikasi yang memadai namun aksesnya tidak mudah atau bahkan kualitas jaringannya buruk dan juga tidak dapat menggunakan atau mengoperasikannya, ada yang mempunyai media teknologi, informasi dan komunikasi yang memadai serta akses dan kualitas jaringannya baik namun tidak dapat menggunakan atau mengoperasikannya, ada yang mempunyai media teknologi, informasi dan komunikasi yang memadai dan dapat menggunakan atau mengoperasikannya namun aksesnya tidak mudah serta kualitas jaringannya buruk, hingga ada yang tidak mempunyai media teknologi, informasi, dan teknologi yang memadai dan itu yang dapat dikatakan fatal karena pada dasarnya kita harus mempunyai media teknologi, informasi dan komunikasi yang memadai tersebut untuk dapat menggunakan atau mengoperasikannya hingga mendapatkan akses dan kualitas jaringan yang baik untuk dapat digunakan dalam berbagai kebutuhan.

Kesenjangan digital yang bisa saja terjadi pada siapa saja salah satunya sebuah fandom dari suatu *grup* dan dari berbagai aspek salah satunya hiburan ini pun tak lain juga karena perkembangan teknologi, informasi, dan komunikasi itu sendiri di dunia. Perkembangan teknologi, informasi dan komunikasi secara mendunia tak luput menyebabkan adanya berbagai kebudayaan yang masuk ke Indonesia yang sangat populer adalah budaya Korea atau fenomena ini dapat disebut dengan *Korean wave*. *Korean wave* adalah sebuah sebutan yang mungkin tidak asing lagi bagi masyarakat saat ini khususnya para penggemar budaya musik Korea bergenre pop atau sering disebut dengan KPOP. *Korean wave* merupakan berkembangnya gelombang budaya Korea Selatan di dunia Internasional baik dalam hal dramanya, filmnya, bahasanya, makanannya, *fashionnya*, hingga tak ketinggalan yang saat ini

digandrungi oleh banyak masyarakat adalah musiknya terlebih yang bergenre pop atau KPOP.

Semakin berkembangnya KPOP ini seiring dengan perkembangan dari dunia teknologi, informasi, dan komunikasi yang semakin membuat kita lebih mudah menikmati KPOP sebagai hiburan kapanpun dan dimanapun. Salah satu contoh adalah disuguhkannya acara *music show* yang dapat ditonton oleh semua penggemar di seluruh dunia bahkan semua penggemar tersebut juga dapat terlibat aktif dalam hal *streaming* dan *voting* dalam acara *music show* tersebut. *Streaming* dan *voting* tersebut memang tidak bisa dipisahkan meskipun memiliki makna yang berbeda karena dua aktivitas tersebutlah yang menjadi syarat untuk memenangkan *idol grup* dalam *music show*. *Streaming* adalah sebuah kegiatan dimana seseorang menonton video di media teknologi, informasi dan komunikasi dengan menggunakan jaringan internet dan itu bisa dilakukan secara berulang selama tetap terhubung dengan jaringan internet. Dari sini dapat terlihat bahwa yang dapat melakukan *streaming* adalah mereka media teknologi, informasi dan komunikasinya yang dapat terhubung dengan jaringan internet. Hal ini seperti yang diungkapkan juga oleh (Imran, 2016) bahwa pertumbuhan internet menjadi sangat penting dalam *streaming* dan tidak semua orang mendapatkan aksesnya dengan cepat. Sedangkan *voting* sendiri adalah kegiatan memilih untuk memberikan suara sebagai bentuk dukungan pada suatu pihak dengan melalui berbagai tahapan. Saat ini sebagai wujud perkembangan zaman, *voting* juga dilakukan melakukan media teknologi, informasi dan komunikasi yang terhubung dengan internet. Fenomena ini justru mempunyai nilai tersendiri dimana selain membuat budaya KPOP semakin meluas tetapi juga menghargai perubahan yang terjadi dimana era ini partisipasi dalam lingkungan sekitar sangat dibutuhkan.

Sebagai seorang penggemar kpop, mereka pasti ingin melakukan yang terbaik untuk idol yang digemari sebagai bentuk dukungan yang diberikan. Banyak hal yang dapat dilakukan mulai dari membeli album dan merchandise, mengirim *food truck*, menyewa beberapa papan reklame untuk mengucapkan ulang tahun, hingga melakukan *streaming* dan *voting* agar idol mereka menang dalam *music show*. Music show Korea sendiri ada banyak dan ditayangkan dalam 1 minggu secara bergantian, seperti pada jadwal terbaru pada hari selasa ada music show yang bernama show champion, pada hari kamis ada music show yang bernama m countdown, pada hari jumat ada music show yang bernama music bank, pada hari sabtu ada music show yang bernama music core, dan ada hari minggu ada music show yang bernama inkigayo. Music show Korea berisi para artis hingga idol kpop yang menampilkan

lagu-lagu baru mereka dan *music show* ini akan memasukan 2 hingga 3 artis dan idol kpop dalam nominasi yang memenuhi syarat seperti jumlah penonton musik video dan pendengan lagu mereka di beberapa platform sejak lagu baru mereka dirilis. Setiap *music show* Korea memiliki kategori masing-masing untuk calon pemenang. Ada yang mulai dari perhitungan banyaknya album yang terjual, jumlah *viewers* dalam platform *youtube* hingga pada jumlah pendengar di platform musik Korea.

Hal yang menjadi dilema bagi penggemar internasional ketika jumlah pendengar di platform musik sangat diperhitungkan dalam beberapa *music show*. Seperti yang telah diketahui bersama bahwa sama seperti platform media sosial lainnya bahwa platform musik korea juga mengharuskan penggunanya menggunakan identitas untuk mendaftar seperti nomor. Penggemar internasional tentu kesulitan dalam hal ini karena tidak memiliki nomor telepon korea. Namun, terdapat poin menarik dalam kasus ini dimana tidak semua penggemar internasional tidak mengalami kesulitan karena adanya akun-akun *fanbase* dimana akun ini yang biasa memberi informasi terkait idol kpop yang termasuk dalam memberikan *reminder* untuk melakukan *streaming* dan voting untuk memenangkan “win” dalam sebuah music show. Akun-akun *fanbase* tersebut memiliki *link* atau hubungan dengan penggemar dari Korea langsung sehingga mereka dapat bantuan agar memiliki nomor telepon korea selain itu ada beberapa orang juga yang menjual akun-akun platform musik Korea tersebut.

Hal yang menjadi perhatian dalam kasus ini adalah meskipun para penggemar ini membeli akun tersebut, namun pada nyatanya mereka tidak memiliki kemampuan untuk melakukan *streaming* ataupun *voting* dalam platform tersebut. Hal ini diakui mereka dari obrolan melalui grup-grup *order* dan juga beberapa balasan komentar di media sosial seperti twitter dan instagram. Hal ini selaras dengan pernyataan dari (Rayner, Philip, 2004) bahwa berbagai media internet menjadi tempat untuk mengesahkan identitas mereka sebagai penggemar, berbagi informasi, serta mengekspresikan keluhan kesah mereka. Hal ini tentu menjadi permasalahan tersendiri karena adanya kesenjangan yang dialami dalam satu fandom untuk mendukung idol mereka dalam *music show*. Hal ini lah yang saat ini menjadi permasalahan yang *urgent* bagi salah satu fandom kpop di Indonesia yakni *treasure maker* yang merupakan fandom dari grup idol *treasure*. *Treasure* sendiri merukan idol grup rookie atau dapat dikatakan sebagai grup pendatang baru yang memulai debutnya pada tahun 2020 lalu. Grup treasure ini beranggotakan 12 anggota dan memiliki 2 leader yang bernama Hyunsuk dan Jihoon, anggota lainnya bernama Yoshi, Junkyu, Mashiho, Jaheyuk, Asahi, Yedam, Doyoung, Haruto, Jeongwoo, dan Junghwan. Grup treasure ini juga terbentuk dari

ajang survival oleh salah satu agensi musik terbesar di Korea yakni YG Entertainment yang menaungi idol yang sangat populer seperti BIGBANG, Winner, iKon, hingga Blackpink. Seperti pada umumnya, idol grup rookie ini mendapat akan mendapat banyak perhatian dari banyak penggemar Kpop terlebih mereka yang berasal dari agensi-agensi besar untuk melihat potensi mereka berkembang di masa depan, tak terkecuali dengan treasure. Treasure mendapat banyak penggemar bahkan sebelum mereka debut dan mereka juga mendapat banyak harapan mengingat para seniornya yang telah meraih banyak kesuksesan. Dalam hal ini, pemenang dalam *music show* juga tidak dapat dihindarkan dari perhatian dari banyak pihak, mulai dari penggemar mereka yakni *treasure maker* serta penggemar Kpop yang lain.

Treasure sendiri sedari debut pada tahun 2020 melalui lagu yang berjudul "boy" dalam melakukan comebacknya sebanyak tiga kali melalui lagu "i love you", "mmm", dan "my treasure" belum pernah mendapat satupun kemenangan dalam *music show*. Hal ini menimbulkan kekecewaan tersendiri bagi para member *treasure* dan fandom *treasure maker* di seluruh dunia termasuk Indonesia juga tentunya. Mengingat juga, beberapa grup rookie yang debut sebelum dan setelah treasure telah mendapatkan kemenangan mereka di *music show*. Dari sini dapat terlihat bahwa permasalahan ini disebabkan karena adanya kesenjangan digital diantara penggemar dalam fandom *treasure maker* tersebut. Kebanyakan dari mereka tidak dapat melakukan *streaming* dan *voting* dalam platform musik Korea karena beberapa alasan. Hal ini dapat terlihat dari hasil *streaming* dan *voting* treasure di semua *music show* kategori digital yang mendapatkan angka paling rendah, bukan hanya dari perhitungan beberapa kategori treasure saja namun juga dari idol lain. Hal ini dikarenakan untuk kategori digital, penilaian dilihat dari jumlah *viewers* dalam platform musik salah satunya adalah *genie*.

Kesenjangan digital yang terjadi dalam fandom *treasure maker* Indonesia ini, menjadi hal yang sangat *urgent* karena treasure juga baru saja melakukan comeback setelah satu tahun dengan lagu yang berjudul "jikjin". Terlebih para member dari treasure seperti Haruto yang mengungkapkan keinginannya adalah mendapatkan kemenangan dalam *music show* dan keinginannya tersebut diungkapkan setelah mereka gagal mendapatkan kemenangan di comeback ketiganya. Member lain yang mengungkapkan keinginannya mendapatkan kemenangan dalam *music show* adalah Yedam, dimana ia mengatakan bahwa dirinya telah menyiapkan pidato kemenangan setelah mereka diumumkan sebagai pemenang. Tidak lupa juga salah satu dari *leader* treasure yakni Hyunsuk, mengatakan dalam *fansign* album *comeback* terbaru yang diadakan pada tanggal 19 februari 2022 bahwa harapannya untuk

mendapat kemenangan di music show. Hal ini tentu menjadi tuntutan tersendiri bagi para treasure maker untuk membuat mereka mendapatkan yang mereka inginkan, terlebih para treasure maker juga telah dimanjakan oleh berbagai konten dari treasure yang menemani dan menghibur mereka.

Berbagai persiapan dihimbau untuk dilakukan oleh akun-akun *fanbase treasure maker* Indonesia pada seluruh penggemar dalam fandom *treasure maker* Indonesia untuk melakukan *streaming* dan *voting* agar treasure mendapatkan kemenangan di seluruh *music show* dalam promosi *comeback*nya kali ini. Namun, pada akhirnya hanya mampu mendapat 1 kemenangan dalam 1 program *music show* yang berbeda. Hal ini tentu melenceng dari target yang diinginkan, mengingat persiapan *comeback* kali ini butuh waktu hampir setahun lamanya. Terlebih *reminder* juga telah diberikan setiap hari untuk melakukan *streaming* dan *voting* di berbagai platform musik Korea seperti yang dibutuhkan. Hal ini menjadi disayangkan karena ternyata masih banyak *treasure maker* Indonesia yang mengalami kesenjangan digital sehingga tidak dapat melakukan *streaming* dan *voting* yang pastinya karena ada berbagai alasan. Hal ini lah yang melatar belakangi penelitian ini, dimana pentingnya untuk mengetahui bentuk kesenjangan digital yang dialami para *treasure maker* Indonesia dalam mendukung treasure dalam hal ini mencapai kemenangan dalam *music show* Korea melalui kegiatan *streaming* dan *voting*.

1.2 Batasan Permasalahan

Batasan permasalahan dalam penelitian ini adalah terletak pada gambaran termasuk tingkatan kesenjangan digital yang dialami fandom *treasure maker* Indonesia dalam melakukan *streaming* dan *voting music show* Korea.

1.3 Rumusan masalah :

Bagaimana kesenjangan digital pada fandom *treasure maker* Indonesia yang tidak melakukan *streaming* dan *voting music show* Korea?

1.4 Tujuan penelitian :

Untuk mengetahui gambaran kesenjangan digital yang dialami fandom *treasure maker* Indonesia yang tidak melakukan *streaming* dan *voting music show*

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan dari tujuan penelitian yang telah dipaparkan di atas, adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.5.1 manfaat akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai bentuk hingga tingkatan kesenjangan digital dalam kegiatan *streaming* dan *voting music show* Korea pada fandom *treasure maker* Indonesia yang juga hal ini sesuai dengan kajian Ilmu Informasi dan Perpustakaan sehingga dapat diharapkan juga dapat menambah kajian dan ilmu pengetahuan pada disiplin ilmu informasi dan perpustakaan mengenai kesenjangan digital pada sebuah fandom *grup* Kpop dalam melakukan salah satu aktivitasnya, yakni *streaming* dan *voting music show* Korea.

1.5.2 manfaat praktis

- Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan menjadi sarana yang bermanfaat untuk peneliti mengimplementasikan pengetahuan dan kemampuan serta menyelesaikan tugas akhir skripsi.

- Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi memberikan pengembangan untuk penelitian selanjutnya mengenai bentuk hingga tingkatan kesenjangan digital fandom *grup* Kpop di Indonesia lainnya dalam melakukan aktivitas *streaming* dan *voting music show* Korea.

- Bagi fandom *idol grup* Kpop, penelitian ini diharapkan bisa menambah wawasan bagi tiap individu dalam fandom *idol grup* Kpop untuk memahami bagaimana bentuk kesenjangan digital yang dapat dialami dalam melakukan aktivitasnya sebagai seorang penggemar.

- Bagi perpustakaan, penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan bagi perpustakaan sebagai lembaga informasi untuk menyediakan layanan hingga koleksi yang berhubungan dengan permasalahan kesenjangan digital pada sebuah fandom atau penggemar mengingat perpustakaan juga harus mengjangkau perubahan-perubahan hingga permasalahan apa saja terjadi terhadap siapa saja seiring dengan perkembangan zaman.

1.6 Tinjauan Pustaka

Dalam menyusun kerangka berpikir dalam penelitian “Kesenjangan digital pada fandom *treasure maker* Indonesia yang tidak melakukan *streaming* dan *voting music show* Korea” ini, peneliti membutuhkan tinjauan pustaka sebagai jawaban sementara dari pertanyaan yang diangkat dalam penelitian ini. Peneliti menggunakan tinjauan pustaka yakni teori budaya tingkatan kesenjangan digital pada fandom *treasure maker* Indonesia untuk mengarahkan kerangka berpikir dalam penelitian ini.

1.6.1. Tingkatan kesenjangan digital pada fandom *treasure maker* Indonesia

Teknologi yang terus berkembang membuat segala bidang kehidupan dipermudah dan tak heran kini hampir semua bidang kehidupan melibatkan kecanggihan dari teknologi sendiri. Orang-orang di seluruh belahan dunia pun bergantung pada teknologi karena dapat memenuhi kebutuhannya sehari-hari. Teknologi yang berkembang untuk memenuhi kebutuhan kita ini pun beragam bentuknya, seperti munculnya internet dan semakin membuat kita memanfaatkannya untuk berbagai hal. Namun, pada nyatanya meskipun hampir semua kegiatan kita sehari-hari menggunakan teknologi, masih ada namanya kesenjangan digital yang menyebabkan adanya *gap* antar individu dalam pemanfaatan teknologi tersebut. Kesenjangan digital ini pun mempunyai lima tingkatan tersendiri yakni akses, karakteristik sosioekonomi pengguna, keterampilan dan motivasi pengguna, manfaat dan partisipasi pengguna (Andreasson, 2015). Hal ini selaras dengan yang dikemukakan oleh (Buente, 2008) bahwa ada empat dimensi atau dapat dikatakan alasan mengapa individu menggunakan internet ada dimensi pertama yakni informasi (*information utility*) dimana dalam dimensi ini biasa ditandai dengan aktivitas individu mencari dan menemukan informasi yang didapat dari berbagai platform *online*, dimensi kedua yakni kesenangan (*fun activities*) dimana pada dimensi ini ditandai dengan aktivitas yang menjadi kesenangan dalam hal ini menghibur bagi diri individu itu sendiri seperti halnya mendengarkan musik di platform musik *online* hingga menonton video di platform media sosial, komunikasi (*communication*) yang ditandai dengan aktivitas antar individu baik yang ada disekitar sekalipun maupun yang keberadaanya jauh saling bertukar pesan mulai dari *email* hingga *direct message* berbagai media sosial, dan yang terakhir adalah transaksi (*transaction*) yang dimana dimensi ini ditandai dengan aktivitas jual beli secara *online* seperti yang saat ini sedang digandrungi banyak orang adalah *ecommerce* hingga menyimpan dan mengirim uang melalui bank yang ada bisa diakses dari *handphone* seperti *mbanking* dan *ebanking*.

Keempat dimensi ini sesuai dengan aktivitas-aktivitas yang dilakukan dari seorang penggemar atau dalam penelitian ini yakni *treasure maker* Indonesia yang menggunakan teknologi sepenuhnya untuk kegiatan *fangirl*nya. Hal ini dikarenakan sebagai penggemar internasional dimana idolanya berada di Korea dan penggemar yang berada di Indonesia, membuat fandom treasure maker Indonesia tidak dapat menjangkaunya secara langsung sehingga teknologi berperan penting bagi fandom treasure maker Indonesia. Hal ini menjadi selaras dengan pendapat dari (Sangwan, 2005) bahwa adanya motif atau alasan seseorang menggunakan teknologi internet fokusnya mengikuti dari komunitas virtual untuk memenuhi kebutuhan informasi, ekspresi diri hingga hiburan. dimana fandom *treasure maker* Indonesia termasuk kedalam komunitas virtual karena mereka membentuk sebuah jaringan hubungan personal melalui internet. Mulai dari aktivitas mereka mencari dan menemukan informasi seputar treasure seperti apa saja yang menjadi kesukaan dan apa saja yang tidak disukai para member grup treasure hingga jadwal aktivitas mereka hari ini bahkan satu bulan lamanya yang bisa diketahui melalui berbagai platform media sosial oleh treasure maker Indonesia, kemudian aktivitas yang sudah pasti dilakukan treasure maker Indonesia mulai dari sekedar menghabiskan waktu luang hingga memang secara khusus mengatur waktu untuk mendengarkan musik baik melalui berbagai aplikasi *online*, menonton konten-konten treasure yang dapat menghibur dan menimbulkan rasa kesenangan tersendiri bagi mereka.

Tidak hanya itu melalui teknologi mereka dapat berkomunikasi bukan hanya dengan sesama treasure maker tetapi juga dengan member grup treasure mengingat saat ini ada banyak aplikasi yang dibuat untuk dapat menghubungkan antara idol penggemar seperti yang digunakan oleh treasure dengan treasure maker di seluruh dunia adanya aplikasi “*weverse*” dimana dalam aplikasi ini seluruh treasure maker dalam berkomunikasi secara virtual dengan idol mereka yakni grup treasure yang biasanya member grup treasure akan membuat “*moment*”. Dalam “*moment*” ini member treasure dapat berupa mengirimkan foto, video atau hanya kata-kata saja yang dapat langsung dikomentari oleh treasure maker termasuk treasure maker Indonesia dan yang beruntung akan “*dinotice*” oleh member treasure dan akan dibalaslah komen tersebut bahkan tidak jarang member treasure juga hanya sekedar aktif saja tanpa mengirimkan “*moment*” dan membalas cuitan-cuitan treasure maker, perlu diketahui bahwa tidak sedikit treasure maker Indonesia yang telah *ternotice* oleh member treasure.

Sebagai seorang penggemar, treasure maker Indonesia mempunyai berbagai koleksi seputar treasure mulai dari *photocard*, album, *hoodie*, hingga boneka yang mereka dapatkan dengan peran penting teknologi juga tentunya yakni *website* yang menghubungkan mereka

dengan toko-toko di Korea yang menjual berbagai *merchandise* treasure. Untuk treasure maker Indonesia sendiri memiliki berbagai pilihan untuk membeli *merchandise* treasure, mereka bisa membeli secara mandiri langsung melalui *website-website* yang ada atau melalui penjual dari berbagai negara termasuk melalui sosial media *twitter*, membeli melalui *online shop* yang memang secara khusus menjual berbagai *merchandise* idol Korea, atau membeli melalui grup *order* yakni grup yang dibuat oleh seseorang yang biasa atau telah ahli membeli berbagai *merchandise* tersebut secara mandiri bisa melalui website ataupun dan karena banyak yang tidak bisa membeli secara mandiri umumnya terkendala bahasa yang biasanya mereka akan memilih bergabung dengan grup *order* dan membeli melalui pemilik grup *order* tersebut. Grup *order* ini biasanya menggunakan 2 sosial media yakni *WhatsApp* dan *line*. Hal ini juga tidak berlaku hanya untuk pembelian, namun juga penjualan dimana sesama *treasure maker* Indonesia ingin menjual koleksi pribadinya karena alasan tertentu. Dari sini dapat terlihat bahwa teknologi terlebih internet dan media sosial berperan besar bagi *treasure maker* Indonesia.

Adanya keempat dimensi yang menjadi alasan mengapa individu menggunakan teknologi terutama internet, nyatanya tidak membuat semua *treasure maker* Indonesia dapat mememanfaatkannya dengan maksimal atau dalam hal ini disebut kesenjangan digital. Kesenjangan digital pada fandom *treasure maker* Indonesia ini karena adanya fakta yang menunjukkan perbedaan pemanfaatan teknologi tersebut. Hal ini bisa saja terjadi seperti yang diungkapkan oleh (Cho et al., 2003) dalam penelitiannya yang berjudul “*beyond access: the digital divide and internet uses and gratifications*” menunjukan hasil bahwa adanya perbedaan (kesenjangan) yang mencolok dalam penggunaan teknologi internet dalam kelompok masyarakat tanpa memandang usia dimana hal ini selaras dengan fandom *treasure maker* Indonesia sendiri juga terdiri dari berbagai usia. Adanya kesenjangan digital dalam fandom *treasure maker* Indonesia tentu akan membuat beberapa dari mereka sadar tidak dapat menjalankan aktivitas *fangirling*nya. Hal ini membuat mereka akan merasa berbeda dengan *treasure maker* Indonesia lain yang dapat melakukan itu semua. Ada 3 tipe kesenjangan digital yang tentunya juga *treasure maker* Indonesia alami, bisa hanya 1 tipe, 2 tipe, atau 3 tipe sekaligus mengingat tipe kesenjangan digital ini juga saling berhubungan. Kesenjangan digital yang berhubungan dengan aktivitas *fangirling* dari *treasure maker* Indonesia pun patut diperhatikan karena sebagai seorang penggemar, aktivitas *fangirling* menjadi aktivitas yang wajib dilakukan.

1.7 Definisi konseptual

1.7.1. Tingkatan kesenjangan digital pada fandom *treasure maker* Indonesia

Fandom *treasure maker* Indonesia adalah sekumpulan penggemar grup *treasure*.

Dimana segala aktivitasnya dalam *fangirling* atau *fanboying* menggunakan teknologi terutama internet, mulai dari aktivitas mencari dan menukan informas-informasi terbaru seputar grup *treasure*, menonton konten-konten grup *treasure*, mendengarkan musik-musik grup *treasure*, berkomunikasi dengan grup *treasure* dan juga sesama fandom *treasure maker* Indonesia hingga aktivitas jual beli bergai *merchandise treasure* pun semua melalui teknologi internet. Namun karena pada nyatanya, tidak semua *treasure maker* Indonesia dapat memanfaatkannya secara maksimal atau dalam hal ini adanya sebuah *gap* antar beberapa *treasure maker* Indonesia sehingga membuat mereka yang mengalami gap tersebut tidak dapat menjalankan aktivitas *fangirling* dan *fanboyingnya* sama rata yang tentu saja mengakibatkan tidak kompaknya mereka dalam mendukung grup *treasure* seperti pada saat himbauan untuk melakukan *streaming* dan *voting* untuk *treasure*.

1.8 Definisi operasional

1.8.1 Tingkatan kesenjangan Digital pada fandom *treasure maker* Indonesia

- Aktivitas pencarian dan penemuan informasi seputar *treasure*
- Aktivitas mendukung *treasure*
- Aktivitas berkomunikasi dengan *treasure* dan *treasure maker* Indonesia
- Aktivitas jual beli seputar *treasure*

1.9 Metode dan Prosedur Penelitian

Sebelumnya untuk menggambar secara jelas tentang penelitian yang berjudul “Kesenjangan digital pada fandom *treasure maker* Indonesia dalam melakukan *streaming* dan *voting music show* Korea” ini, peneliti perlu menjelaskan bahwa dalam penelitian ini peneliti menggunakan dua variabel, yakni variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*). Variabel bebas adalah variabel yang memengaruhi dan dalam penelitian ini adalah permasalahan kesenjangan digital sedangkan variabel terikat adalah variabel yang terpengaruh dan dalam penelitian ini adalah melakukan aktivitas *streaming* dan *voting music show* Korea.

1.9.1 Metode jenis penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian “Kesenjangan digital pada fandom *treasure maker* Indonesia dalam melakukan *streaming* dan *voting music show* Korea” ini adalah kuantitatif deskriptif ini menurut (Bungin, 2005) adalah proses untuk menjelaskan, menggambarkan, dan meringkas suatu fenomena, kondisi, situasi atau berbagai variabel penelitian yang sesuai dengan sebagaimana yang dapat dipotret, diwawancara, diobservasi serta yang dapat diungkapkan dengan bahan-bahan dokumenter. Hal ini tentu sesuai dengan penelitian ini sebagaimana untuk menggambarkan secara jelas dan rinci bagaimana bentuk hingga tingkatan kesenjangan digital pada fandom *treasure maker* Indonesia dalam melakukan *streaming* dan *voting music show* Korea.

1.9.2 Penentuan lokasi penelitian

Penelitian ini “Kesenjangan digital pada fandom *treasure maker* Indonesia dalam melakukan *streaming* dan *voting music show* Korea” ini dilakukan secara *online*. Kuesioner penelitian akan dibagikan kepada fandom *treasure maker* Indonesia yang memenuhi kriteria responden melalui beberapa sosial media dan platform. Hal ini dilakukan untuk mempermudah jangkauan kepada responden mengingat fandom *treasure maker* yang tersebar di seluruh Indonesia. Sosial media dan platform yang peneliti gunakan untuk menyebarkan kuesioner pada penelitian ini antara lain adalah *instagram*, *whatsapp*, *line*, *twitter*, dan *weverse*.

Pada sosial media *instagram*, peneliti menyebarkan kuesioner melalui *instastory* dengan mencantumkan kata sapaan, maksud dan tujuan, *link* kuesioner dan kalimat dan salam penutup. Peneliti memilih *instastory* mengingat *instastory* ini akan memudahkan pengikut akun peneliti membacanya karena tidak akan tertumpuk postingan yang ada di *feed*. pada media sosial *whatsapp* dan *line*, peneliti memanfaatkan *grup-grup chat* yang biasa digunakan untuk melakukan jual beli berbagai *merchandise treasure* hingga membahas berbagai topik tentang *treasure* juga tentunya dimana peneliti sendiri tergabung didalamnya. Peneliti membagikan kuesioner seperti ketika mengirim *chat* berupa *broadcasting* untuk memudahkan karena dapat mengirim *chat* dengan format isi yang sama dan bisa dikirim ke beberapa *grup chat* sekaligus. Dalam hal ini, tidak lupa peneliti juga meminta izin terlebih dahulu kepada admin *grup chat* tersebut untuk membagikan kuesioner.

Pada sosial media *twitter*, peneliti membagikan kuesioner melalui *tweetan* atau tulisan yang peneliti *post* namun tidak langsung mencantumkan *link* kuesioner, melainkan kata sapaan, maksud dan tujuan, kriteria responden yang dibutuhkan, dan salam penutup. Maksud

peneliti dalam hal ini, agar tidak menjadi data akan bias sehingga ketika pengikut akun *twitter* peneliti mengetahui kriteria responden yang dibutuhkan dan dirasa sesuai ia bisa memberikan komentar untuk bersedia mengisi kuesioner tersebut dan peneliti akan membagikan *link* kuesioner melalui *direct message* pada *twitter* calon responden. Bukan hanya melalui *tweet*, peneliti juga membagikan kuesioner dengan cara menitipkan *menfess* ke salah satu akun *base* milik fandom *treasure maker* Indonesia 201.000 pengikut yang notabene semua adalah fandom *treasure maker* Indonesia. Hal ini dilakukan peneliti untuk menjangkau lebih banyak *treasure maker* Indonesia untuk mengetahui tentang kuesioner milik peneliti. Peneliti membuat tulisan tentang maksud dan tujuan kuesioner peneliti dan peneliti berikan kepada admin atau seseorang yang mengelola akun *base* tersebut agar dapat *dipost* dan setelah sama halnya peneliti tidak langsung memberikan *link* kuesioner melainkan menunggu ada yang memberikan komentar lalu peneliti akan baru mengirimkan *link* kuesioner tersebut.

Pada platform *weverse*, yang notabene adalah media untuk fandom *treasure maker* seluruh dunia dapat berkomunikasi dengan member *grup treasure*, membuat platform ini membuat jangkauan yang lebih luas lagi. Peneliti membagikan kuesioner dengan cara membuat *post* berupa tulisan maksud dan tujuan peneliti serta mencantumkan *link* kuesioner. Peneliti membuat *post* tersebut menggunakan bahasa Indonesia dengan tujuan yang dapat mengerti hanyalah *treasure maker* Indonesia saja. Peneliti juga membuat *post* tersebut dengan fitur *hide from artist* dengan tujuan *post* yang dibuat peneliti ini tidak akan terbaca oleh member *grup treasure*. Jadi dalam penelitian ini, peneliti mendapatkan data dari para responden yang sesuai dengan kriteria yang diberikan adalah secara *online* melalui beberapa media sosial dan platform lainnya.

1.9.3 Populasi dan teknik pengambilan sampel

Populasi adalah hal yang penting dalam sebuah penelitian untuk memberikan batasan yang jelas tentang objek yang akan diteliti. (Bungin, 2005) menjelaskan populasi adalah keseluruhan (*universum*) dari objek penelitian baik itu manusia, peristiwa, sikap hidup, dan banyak lainnya yang dapat dijamin sebagai sumber data penelitian. Adapun untuk penelitian ini, seperti yang tertera dalam judul, populasi penelitian ini adalah fandom *treasure maker* Indonesia.

Sampel digunakan karena tidak seharusnya keseluruhan objek penelitian akan dijadikan sebagai sumber data penelitian sehingga dapat dikatakan sampel ini berfungsi untuk

menjadikan sebagian saja objek penelitian yang akan dijadikan sumber data bagi peneliti. Menurut (Gulo, 2002) sampel adalah sebagai “contoh” atau himpunan bagian dari suatu populasi dan untuk mengambil sampel dari suatu populasi disebut *sampling*. Untuk teknik pengambilan sampel, penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dimana calon responden akan dipilih berdasarkan pertimbangan dari peneliti seperti kriteria responden dalam penelitian ini adalah :

1. Fandom *treasure maker* Indonesia
2. Belum atau tidak pernah melakukan *streaming* dan *voting music show* Korea

Penentuan sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden . Hal ini dikarenakan tidak ada survey khusus tentang jumlah dari suatu fandom itu sendiri mengingat, jumlah itu sendiri dapat terus bertambah dan berkurang setiap waktunya.

1.9.4 Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebarakan secara *online* oleh peneliti pada responden yang sesuai dengan kriteria melalui berbagai media sosial dan platform yang digunakan seperti *instagram*, *whatsapp*, *line*, *twitter* dan *weverse*.

Adapun sumber data yang dibutuhkan dalam penelitian ini yaitu berupa data primer dan data sekunder :

1. Data primer

Data primer ini didapatkan peneliti dari hasil kuesioner yang telah diisi oleh responden yang telah ditentukan oleh peneliti yakni individu yang termasuk dalam fandom *treasure maker* Indonesia dan belum atau tidak pernah melakukan *streaming* dan *voting music show* Korea. Selain itu, data primer didapatkan peneliti dari observasi yakni pengamatan terhadap objek penelitian tersebut melalui beberapa percakapan dan aktivitas lainnya yang dilakukan .di berbagai media sosial.

2. Data sekunder

Data sekunder ini didapatkan peneliti beberapa *literature* seperti artikel, jurnal, buku yang berkesinambungan dengan penelitian ini untuk kelengkapan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti serta adanya bukti dari hasil dari kuesioner yang telah disebarakan pada responden.

1.9.5 Teknik pengolahan data

Pengolahan data adalah tahap setelah peneliti melakukan pengumpulan data (Bungin, 2005). Pada tahap pengolahan data ini, terdiri dari 4 teknik pengolahan data yakni :

1. *Editing*

Editing adalah proses pengoreksian data atau memeriksa kembali data dari responden. Jadi peneliti akan memeriksa hasil kuesioner apakah jawaban sudah benar atau belum, sudah cukup menjawab pertanyaan penelitian atau belum dan juga apabila menemukan kuesioner yang ternyata kondisinya rusak, maka dianggap salah atau tidak akan dimasukan ke pengolahan data berikutnya.

2. *Coding*

Coding adalah proses pemberian simbol atau kode tertentu pada setiap data yang ada dalam tiap kategori yang sama. Jadi, peneliti akan memberi identitas pada hasil kuesioner dan wawancara responden setelah melalui proses *editing* agar dalam diproses ke tahap pengolahan data yang berikutnya.

3. *Scoring*

Scoring adalah proses pemberian skor yang dilakukan oleh peneliti pada tiap lembar jawaban responden setelah diberi kode sesuai dengan pengetahuan responden pada tiap pertanyaan penelitian agar dapat memberikan suatu nilai.

4. Tabulasi

Tabulasi adalah proses memasukan data pada tabel-tabel tertentu yang telah dibuat peneliti untuk selanjutnya dihitung sesuai dengan rumus statistik yang telah dipilih oleh peneliti jadi akan lebih mudah dianalisis.

1.9.6 Teknik analisis data

Setelah data diolah, tahap berikutnya adalah analisis data untuk mendapatkan jawaban dari permasalahan dalam penelitian ini. Pada penelitian ini, menggunakan teknik analisis statistik deskriptif untuk memberikan gambaran agar lebih jelas dan mudah dipahami mengenai dampak dari permasalahan kesenjangan digital pada fandom *treasure maker* Indonesia dalam melakukan *streaming* dan *voting music show* Korea. Menurut (Sugiyono, 2012) teknik analisis data statistik deskriptif ini digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data primer yang telah terkumpul dari penyebaran kuisisioner yang dengan skala pengukuran dan dalam penelitian ini menggunakan skala likert yang kemudian dianalisis sebagaimana adanya dan disimpulkan.