



BAB I PENDAHULUAN

© Hak Cipta milik Kwik Kian Gie (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan zaman dan perkembangan teknologi saat ini sangat berkembang pesat bukan hanya ada di sekitar kita, tetapi telah mendunia dan memberikan suatu dampak perubahan bagi kehidupan yang kita jalani saat ini. Internet digunakan sebagai sarana media komunikasi melalui fasilitas-fasilitas yang ada di dalamnya. Hal ini mampu membuat perkembangan teknologi yang canggih dan memberikan kemudahan dalam penyebaran informasi budaya dari seluruh dunia, salah satunya adalah budaya populer atau yang dikenal sebagai budaya pop.

Korea Selatan adalah salah satu pengeksport budaya pop yang tidak asing lagi di seluruh dunia. Hal ini dikenal sebagai *korean wave*, *hallyu wave* atau K-Pop (*Korean Pop*). Menurut Yoon, Jin dan Yong, Jin (2017:4) pada bukunya yang berjudul “*The Korean Wave: Evolution, Fandom, and Transnationality*”, istilah "Hallyu" pertama kali digunakan oleh Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata di Korea ketika merencanakan, memproduksi, dan mendistribusikan CD musik untuk mempublikasikan K-pop ke negara-negara tetangga pada tahun 1999.

Fenomena K-Pop (*Korean Pop*) pada saat ini menjadi dampak yang *booming* bagi masyarakat. Budaya Korea Selatan dapat disebarkan dengan cara mudah dan menjadi sebuah globalisasi budaya. Globalisasi budaya tersebut tidak terlepas dari peran teknologi, sehingga munculnya budaya yang disukai oleh banyak orang di seluruh dunia yang dikenal sebagai budaya populer atau budaya pop. Menurut Kompas.com (diakses pada 18 Oktober 2020) duta Besar Korea Selatan, Umar Hadi menjelaskan, perekonomian Korea Selatan saat ini tidak lagi pada tahap mengandalkan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



industri manufaktur, melainkan sudah masuk ke sektor jasa, industri kreatif dan digitalisasi. Hal ini didukung dengan tingginya popularitas budaya pop Korea Selatan.

Menurut Yonhap (2019 diakses pada 24 April 2020), ada 1.843 klub penggemar di 113 negara di dunia. Penggemar klub *hallyu* global totalnya adalah 89,19 juta. Asia dan Oceania merupakan penyumbang paling banyak penggemar. Kontinen itu memiliki 457 klub penggemar yang secara total isinya 70,59 juta. Penggemar Korea di Amerika Selatan dan Utara terdapat 11,8 juta orang dari 712 klub. Sepanjang 2016 sampai 2017 ada pertumbuhan *hallyu* sampai 14 juta orang. Data itu disampaikan oleh yayasan yang berafiliasi dengan pemerintah Korea. Dengan perhitungan itu, yayasan yang melakukan penelitian memprediksi bahwa penggemar *hallyu* bisa mencapai 100 juta orang pada 2020.

Industri hiburan Korea Selatan berusaha menyajikan *idol* untuk memanjakan mata dan telinga penonton dengan penampilan, wajah, musik, suara dan talenta lainnya yang sangat perlu dimiliki oleh selebriti Korea Selatan, sehingga terjadinya peningkatan penggemar *hallyu*. Menurut Kim Song Hwan seorang pengelola sindikat siaran televisi Korea Selatan (dalam Lawprorevo 2015 diakses pada 24 April 2020), produk budaya Korea berhasil menjerat hati penggemar di semua kalangan terutama di Asia disebabkan teknik pemasaran Asian Values-Hollywood Style, yang berarti mereka mengemas nilai-nilai Asia yang dipasarkan dengan gaya modern. Istilah ini mengacu pada cerita-cerita yang dikemas bernuansakan kehidupan Asia, namun pemasarannya memakai cara internasional dengan mengedepankan penjualan nama seorang bintang atau menjual *style*.

Menurut Hipwee.com (2019 diakses pada 24 April 2020) Korea Selatan tidak hanya populer dengan K-Pop dan dramanya, beberapa kasus bunuh diri juga sangat populer di Negeri Ginseng tersebut. Tingkat bunuh diri di Korea Selatan mencapai 90



orang pada tahun 2016 didiagnosa memiliki gangguan mental, seperti depresi dan kecemasan. Pelaku bunuh diri di Korea Selatan umumnya berusia muda 10 sampai 30 tahun, bahkan banyak dari kalangan selebritis. Dalam beberapa kasus ada pula pelaku bunuh diri yang berusia diatas 60 tahun. Penyebab dari mereka melakukan bunuh diri bisa karena *bullying*, kesepian, dan tekanan karir. Kasus bunuh diri di Korea Selatan justru dilakukan oleh orang-orang yang berpendidikan, punya jabatan tinggi, serta mereka yang popularitasnya sedang meroket.

Menurut Hwang San-Min, psikolog di Universitas Yonsei, Seoul, kecenderungan bunuh diri di kalangan orang-orang terkenal yang masih muda umumnya karena tekanan karir dan popularitas. Hwang San-Min mengatakan "*bagi pesohor Korea Selatan, menjadi public figure itu artinya anda harus selalu tampil hebat, cemerlang, dan dipuja-puja.*" Hal tersebut juga didukung oleh sistem manajemen yang menjadikan artis dinaunginya layaknya 'robot' yang tidak punya perasaan. Hal ini membuat sebagian *idol* K-Pop henggang dari agensi naungannya. Inilah yang membuat para bintang hidup dalam tekanan. Mereka tidak boleh merasa lelah, tertekan, kesepian, marah, jenuh di depan publik, bahkan mereka tidak boleh menjalin hubungan asmara dengan sesama idol K-Pop. Maka tidak jarang kita melihat para idol menjalin hubungan asmara dengan cara sembunyi-sembunyi.

K-Popers sebagai fans-idola K-pop, menurut hasil temuannya fans-idola K-Pop dengan fanatisme yang tinggi akan memiliki perilaku agresif verbal yang tinggi, jika tidak penggemar-idola K-Pop yang memiliki fanatisme rendah akan memiliki perilaku agresif verbal yang tinggi, jika tidak penggemar-idola K-Pop yang memiliki fanatisme rendah akan memiliki perilaku agresif verbal yang rendah (Eliani 2018:59-72). Menurut Widarti (2016:12-18) fanatisme dapat dibagi menjadi dua, yaitu fanatisme yang masih bisa ditolerir dalam bingkai budaya lokal serta fanatisme yang tidak sesuai



dengan budaya lokal. Berdasarkan pengertian ini dapat diartikan bahwa dengan adanya perilaku verbal yang agresif dari para fans-idola K-Pop dapat menyebabkan terjadinya bunuh diri dari para artis atau *idol*.

Salah satu kasus bunuh diri yang sudah terjadi di dunia K-Pop adalah kasus bunuh diri Sulli. Menurut cnbcindonesia.com (2019 diakses pada 24 April 2020) Aktris dan penyanyi Choi Jin Ri, dikenal dengan Sulli. Kabar soal meninggalnya Sulli akibat depresi yang menghantuinya juga diperkuat oleh tanggapan penggemar di dunia sosial. Kondisi Sulli sebagai artis di Korea Selatan selalu dintuntut tampil sempurna, walaupun kondisi jiwa dia mengalami gangguan mental, sedangkan di Korea Selatan membicarakan kesehatan mental merupakan hal yang masih tabu.

Berdasarkan pembahasan di atas maka penelitian ini bertujuan untuk melakukan penelitian secara analisis naratif mengenai “Analisis Naratif Berita Kasus Bunuh Diri Artis Korea Selatan di Portal Media Cnnindonesia.com”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka peneliti merumuskan masalah penelitian yang ada sebagai berikut: “Bagaimana analisis naratif berita kasus bunuh diri artis korea selatan di portal media cnnindonesia.com?”.



C. Identifikasi Masalah

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka peneliti mengidentifikasi masalah-masalah yang akan diteliti dalam penelitian, sebagai berikut:

1. Bagaimanakah cerita (story) dan alur (plot) dalam berita kasus kematian bunuh diri Sulli pada portal media online cnnindonesia.com?
2. Bagaimanakah struktur narasi dalam berita kasus kematian bunuh diri Sulli pada portal media online cnnindonesia.com?
3. Bagaimanakah karakter narasi dalam berita kasus kematian bunuh diri Sulli pada portal media online cnnindonesia.com?

D. Tujuan Penelitian

Melalui penelitian yang dilakukan, adapun tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti adalah :

1. Untuk mengetahui cerita (story) dan alur (plot) dalam berita kasus kematian bunuh diri Sulli pada portal media online cnnindonesia.com.
2. Untuk mengetahui struktur narasi dalam berita kasus kematian bunuh diri Sulli pada portal media online cnnindonesia.com.
3. Untuk mengetahui karakter narasi dalam berita kasus kematian bunuh diri Sulli pada portal media online cnnindonesia.com.



E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini bermanfaat untuk melihat penyampaian pesan berita yang dilakukan dengan portal media *online* melalui cerita (*story*) dan alur (*plot*), struktur narasi dan karakter narasi untuk mengetahui fakta narasi berita. Pada penelitian ini diharapkan dapat menjadi pondasi dan dapat dilakukan oleh peneliti berikutnya dalam meneliti narasi berita di portal media *online*.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat mengetahui, memahami suatu narasi dan bagianmana dari suatu peristiwa yang ditampilkan maupun tidak ditampilkan pada narasi berita yang ada di media *online*. Dengan adanya penelitian ini diharapkan juga menjadi acuan atau bahan evaluasi dari penelitian dengan analisis naratif yang berkaitan pada permasalahan serupa.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.