

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

K-Pop, kepanjangan dari *Korean Pop*, adalah sebuah jenis musik populer yang berasal dari Korea Selatan. Banyak grup atau kelompok musik pop Korea yang sudah berhasil menembus batas dalam negeri maupun mancanegara. *Korean Pop* yang sekarang banyak digandrungi merupakan bagian tak terpisahkan dari Demam Korea (*Hallyu Wave*) di berbagai Negara, salah satunya adalah Indonesia. Sejak *breakthrough*-nya pada tahun 2011, *K-pop* menjadi genre musik yang banyak digemari oleh masyarakat Indonesia. Selain karena musiknya yang unik dan sangat *hear-catching*, anggota dari *boyband* dan *girlband* yang berasal dari Korea memiliki wajah dan penampilan yang sangat menarik perhatian karena dianggap sangat *good looking*.

Ada banyak faktor yang mempengaruhi masuknya demam Korea ini ke Indonesia, salah satunya adalah komunikasi massa, dalam hal ini adalah Televisi, yang pada saat itu sudah menayangkan drama-drama Korea yang paling populer pada masanya. Seiring berjalannya waktu, komunikasi massa memiliki banyak perubahan karena adanya perkembangan dari teknologi. Perkembangan teknologi komunikasi massa saat ini telah banyak membantu umat manusia dalam mengatasi berbagai hambatan dalam berkomunikasi. Contohnya adalah dengan informasi yang dapat dengan cepat diperoleh dan dapat diakses hanya dari genggam tangan.

Media massa merupakan salah satu alat dalam proses komunikasi massa, karena media massa mampu menjangkau khalayak yang lebih luas dan relatif lebih banyak. Media massa yang digunakan untuk berkomunikasi bisa berupa media elektronik seperti Internet, Televisi, dan Radio maupun media cetak seperti Koran, Majalah, dan Poster.

Menarik untuk meninjau tentang poster, karena poster sendiri merupakan media massa yang cukup populer digunakan bahkan hingga saat ini. Poster merupakan bagian dari desain grafis yang masuk kedalam presentasi dan promosi karena poster merupakan sebuah iklan yang dirancang untuk mempromosikan suatu hasil, pelayanan, ide, nama, ataupun gagasan yang berisikan teks, ilustrasi, gambar, serta warna-warna yang indah agar dapat menarik perhatian. Dahulu, poster disebar kepada khalayak ramai dengan cara ditempel ditempat yang ramai pengunjung, namun sekarang dengan seiringnya perkembangan dari teknologi, penyebaran poster dapat dilakukan melalui internet, penyebaran melalui internet cukup efisien, karena dapat mencakup audiens yang sangat luas sekali.

Karena kepopuleran poster, dewasa ini, banyak sekali fandom (*fans kingdom*) yang menciptakan poster *fanart* untuk menyalurkan bakat dan kreativitas yang dimiliki. Awalnya poster tersebut diciptakan hanya untuk hiburan dan tidak terlalu memandang keestetikannya, namun seiring berjalannya waktu, *fanart* yang dibuat oleh fandom semakin berkembang dan memperhatikan nilai estetika. Salah satu fandom yang aktif menciptakan karya *fanart* di media social adalah ARMY.

A.R.M.Y (*Adorable Representative MC for Youth*) adalah nama sebutan untuk penggemar BTS (*Bulletproof Boy Scouts*) yang merupakan salah satu fandom besar yang aktif menciptakan poster *fanart* dengan tujuan untuk hiburan atau estetika. Dan berangkat dari latar belakang diatas, penulis merasa penelitian ini cukup unik dan menarik sehingga penulis mengangkat penelitian ini dengan judul **“Tinjauan Kreativitas Retorika Visual Poster Boyband ‘BTS’ Oleh A.R.M.Y Pada Platform Pinterest”**.

1.2. Rumusan Masalah

Jenis kreativitas retorika visual apa saja yang terkandung dalam poster *fanart* BTS karya ARMY?

1.3. Fokus Penelitian

Penelitian ini hanya akan meneliti poster *fanart* karya ARMY pada *platform* Pinterest pada tahun 2019-2020 yang memiliki referensi dari poster film orisinal yang sudah populer.

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi latar belakang dan rumusan masalah diatas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kreativitas retorika visual yang terkandung dalam poster *fanart* yang dibuat oleh ARMY di *platform* Pinterest.

1.5. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan membawa manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Kampus STSRD Visi

Manfaat penelitian ini bagi lembaga adalah sebagai sumbangan pemikiran dan diharapkan dapat menambah wawasan tinjauan dan dapat dijadikan referensi selanjutnya bagi mahasiswa lain atau adik kelas yang tertarik untuk meneliti tentang poster, khususnya poster yang menggunakan BTS sebagai objeknya.

2. Bagi Program Studi DKV

Manfaat penelitian ini bagi program studi Desain Komunikasi Visual (DKV) adalah untuk menambah wacana dan memperkaya tinjauan penelitian tentang poster agar sewaktu-waktu dapat berguna untuk dijadikan referensi dalam penelitian selanjutnya.

3. Bagi Mahasiswa

Manfaat penelitian ini bagi mahasiswa adalah untuk memberikan pengetahuan tentang retorika visual sebuah karya, dalam hal ini adalah poster *fanart*, bukanlah sebuah karya yang dibuat tanpa ide, konsep, atau kreativitas didalamnya.

1.6. Asumsi Penelitian

Walaupun terlihat sama, poster *fanart* yang dibuat oleh ARMY memiliki kreativitas yang membuatnya tetap berbeda dengan poster orisinal yang menjadi referensinya.

1.7. Skema Penelitian

