

Drama Korea dan TikTok: Menelusuri Motif dan Kepuasan Generasi Z melalui @Boboholokal

Cut Putri Fitria¹, Mirana Hanathasia^{2*}

Universitas Bakrie^{1,2}

Corresponding email: mirana@bakrie.ac.id*

Pengantar

Seiring berkembangnya teknologi, setiap orang berlomba-lomba mendapatkan informasi terbaru secepat mungkin. Kebutuhan masyarakat dalam mengakses informasi di seluruh belahan dunia semakin dimudahkan dengan kehadiran internet. Memasuki awal tahun 2022, data We Are Social & Hootsuite, menunjukkan bahwa sebanyak 62,5% atau 4,95 miliar penduduk dunia sudah menggunakan internet (Kemp, 2022). Fungsi utamanya sebagai sumber informasi menjadikan internet dikatakan sebagai media. Meskipun unggul dalam kecepatan akses informasi, sulitnya pengontrolan lantaran terlalu banyak akses informasi yang diperoleh menjadi kekurangan dari media internet.

Munculnya internet sebagai media baru menciptakan masyarakat yang bergantung pada jaringan informasi dan komunikasi elektronik, atau yang biasa kita sebut sebagai media digital. Media ini muncul sebagai hasil konvergensi antara media massa dengan media baru. Konvergensi media didefinisikan sebagai campuran media, telekomunikasi, dan industri komputer sebagai proses mengaburkan batas-batas antara platform media yang berbeda dengan menyatukannya ke dalam satu bentuk digital (Sedyaningsih, 2018). Selain internet, media digital memiliki beragam bentuk lainnya berupa media sosial, seperti Facebook, Twitter, Blog, Youtube, Instagram, hingga TikTok yang kini digandrungi oleh masyarakat Indonesia.

Sebagai media sosial berbasis aplikasi yang berasal dari Tiongkok, TikTok diluncurkan sebagai pembuat video berdurasi pendek di bawah naungan perusahaan ByteDance. Berawal dari aplikasi video musik yang sebelumnya hanya digunakan sebagai

media sinkronisasi lagu, TikTok lambat laun dijadikan sebagai media sosial yang memudahkan penggunaanya dalam mengekspresikan diri maupun mendokumentasikan kehidupannya dalam bentuk konten. Banyak dari kawula muda yang menjadikan TikTok sebagai sarana untuk mengikuti tren masa kini, mulai dari tren olahraga, kecantikan, interpretasi emosi, hingga industri hiburan kancan nasional maupun mancanegara. Budaya populer Korea, atau yang biasa disebut *Korean Pop* (K-Pop), bahkan tidak luput kehadirannya dalam bentuk konten TikTok. Media sosial ini lantas menjadi sarana berbagi informasi bagi para penggemar K-Pop dalam mencari inspirasi maupun hiburan terkait musik, makanan, hingga film atau drama Korea.

Salah satu *influencer* TikTok yang cukup dikenal di kalangan penggemar K-Pop adalah Alex Simanjuntak, atau yang biasa dikenal dengan akun TikTok @boboholokal. Selain kerap membuat konten berupa *review* film maupun drama Korea, Alex digemari lantaran keunikannya dalam menyampaikan pesan mengenai drama Korea yang sudah ia tonton. Alex berhasil menghadirkan penjelasan terkait konspirasi di dalam drama tersebut disertai sisi humoris dalam *review* yang ia bawakan. Alex juga semakin dikenal ketika berhasil menggaet Luca, salah satu pemeran drama Korea berjudul “Vincenzo”, dalam acara *live via Zoom*. Keaktifan Alex di ranah ini bahkan menghadirkan kesempatan baginya untuk diundang ke beberapa acara penayangan drama Korea terbaru yang diselenggarakan oleh aplikasi *streaming*, salah satunya oleh Netflix Indonesia yang pada saat itu sedang mempromosikan drama Korea terbarunya yang berjudul “Little Women” di Singapura.

Kehadiran Alex dengan akun @boboholokal sebagai *influencer* TikTok di ranah tersebut menarik perhatian kaum muda yang memiliki preferensi serupa, khususnya Generasi Z sebagai kelompok muda yang tumbuh bersama media digital. Motif kepuasan Generasi Z penggemar drama Korea terhadap informasi yang disampaikan oleh akun TikTok @boboholokal merupakan topik yang akan dibahas dalam kajian ini. Motif merupakan variabel terpenting dari teori *uses and gratification*, lantaran kebutuhan individu dikatakan terpenuhi ketika motif dari individu tersebut pun telah terpenuhi. Teori *uses and gratification* mengemukakan bahwa

manusia memiliki wewenang untuk berurusan dengan media, dengan memilih media massa yang mereka sukai (Rubin dalam Littlejohn & Foss, 2014). Penelitian ini lantas memahami bagaimana *audiens*, dalam konteks ini adalah Generasi Z, tertarik dengan konten yang ada pada akun TikTok @boboholokal.

Integrasi Konten Hiburan dan Informasi: Dinamika dalam Akun TikTok @Boboholokal

Generasi Z mengungkapkan motif kepuasan yang mereka dapatkan dari akun TikTok @boboholokal. Alex selaku pencipta konten dari akun tersebut menyajikan variasi informasi yang beragam dan mampu menarik perhatian *audiens*-nya. Para pecinta drama Korea memperoleh motif informasi terkait drama atau film terbaru dengan berbagai genre saat mengikuti akun TikTok @boboholokal, sekaligus pembahasan mengenai latar cerita, pemeran yang terlibat, hingga karakter yang hadir dalam cerita tersebut. Salah satu kategori motif penggunaan media adalah motif informasi, yang mana berkaitan dengan keinginan dalam memperoleh pengetahuan, keinginan memperkuat keputusan dan pendapat, hingga keinginan memiliki rasa aman akan pengetahuan yang diperoleh melalui media (McQuail, 1972, dalam Subagiyo dan Aestetika, 2023). Berangkat dari kebutuhan akan informasi, Generasi Z pecinta drama Korea merasakan kepuasan tersendiri saat memanfaatkan akun TikTok @boboholokal sebagai sumber informasi.

Jika dibandingkan dengan motif lainnya seperti motif identitas pribadi, motif integrasi dan interaksi sosial, dan motif hiburan, motif informasi dikatakan sebagai gerbang dasar menuju pengetahuan yang paling sering digunakan oleh seseorang, termasuk dalam hal ini ialah Generasi Z pecinta drama Korea. Dengan adanya informasi yang sudah masuk, identifikasi lanjutan mengenai informasi tersebut bisa dilakukan, sehingga memunculkan motif-motif berikutnya.

Setelah pencarian informasi sebagai alasan awal terpenuhi, motif identitas diri Generasi Z pun muncul. Generasi Z terbuka untuk keberagaman (Witt, dkk., 2018, dalam Suharyanti dan Mirana, 2021). Berinteraksi atau berpartisipasi dalam suatu aktivitas secara daring, membuat Generasi Z mengenal berbagai cara pandang dan

sikap orang lain. Dalam hal ini mereka menyadari adanya keterkaitan diri dengan informasi yang disajikan oleh akun tersebut. Generasi Z lantas mulai merasakan integritas dari akun TikTok @boboholokal, sehingga intensitas interaksi antar pecinta drama Korea di akun tersebut pun meningkat. Sajian informasi yang diselingi konten menghibur dan memiliki keterkaitan dengan kehidupan sehari-hari para pecinta drama Korea, menjadi motif tambahan bagi audiens untuk selalu mengunjungi akun TikTok @boboholokal.

Pesona Gaya Santai dan Variasi Konten @Boboholokal

Generasi Z mendapati bahwa pembawaan Alex selaku kreator akun TikTok @boboholokal sangat menarik. Alex menyampaikan informasinya dengan santai, tidak terburu-buru, dan jelas, sehingga audiens dapat menangkap informasi dengan cepat. Konten yang dikemas oleh Alex pun beragam dan terdiri dari beberapa jenis, diantaranya pembahasan struktur cerita atau *story telling*, video pendek yang mengemas informasi disertai tingkah lucu kreator, hingga pengelompokan adegan beberapa drama Korea sesuai teori yang akan dibahas. Selain sebagai sarana informasi, Generasi Z merasa bahwa akun TikTok @boboholokal menjadi hiburan tersendiri bagi mereka. Dalam teori kepuasan, terdapat kategori rekreasi kepuasan yang meliputi kebutuhan untuk melepaskan diri dari kehidupan sehari-hari, stres, masalah, sarana pelepasan emosi, hingga kebutuhan akan hiburan (McQuail, 1972, dalam Subagiyo dan Aesthetika, 2023).

Teori Konspirasi: Kesenangan dan Pelarian Bagi Gen Z

Penggunaan teori konspirasi sebagai daya tarik *audiens* sudah tak lagi asing dalam pembuatan konten media massa. Pembahasan mengenai teori-teori konspirasi dalam film maupun drama Korea lantas menarik perhatian Generasi Z untuk menyaksikan konten di akun TikTok @boboholokal. Para pecinta drama Korea yang gemar akan teori konspirasi dalam film atau drama Korea memanfaatkan akun tersebut sebagai media informasi dan validasi terhadap teori konspirasi yang sebelumnya hanya sebatas obrolan diantara mereka. Unsur keseruan pada teori konspirasi film maupun drama Korea

menjadi hiburan tersendiri bagi Generasi Z, sekaligus menjadi ajang pelarian sesaat dari tekanan kehidupan sehari-hari. Budaya populer Korea dapat membantu penggemarnya melepas ketegangan dari kehidupan nyata, serta membantu mereka melepaskan beban yang didapatkan dalam kehidupan sehari-hari (Cahyaningrum, 2018).

TikTok @Boboholokal sebagai Wadah Kepuasan dan Aktualisasi Generasi Z

Secara keseluruhan, Generasi Z pecinta drama Korea menunjukkan kepuasannya terhadap akun TikTok @boboholokal. McQuail mengemukakan bahwa kepuasan merupakan dampak dari penggunaan media, sehingga media yang mampu memenuhi kebutuhan khalayak disebut sebagai media efektif (Kriyantono dalam Kusuma & Oktavianti, 2020). Terpenuhinya unsur dari teori *uses and gratification* menjadi dasar kepuasan bagi Generasi Z pecinta drama Korea dalam menggunakan akun TikTok @boboholokal sebagai sarana informasi terhadap hal yang mereka sukai. Merasakan kepuasan setelah kebutuhan terpenuhi bisa dikaitkan dengan teori kebutuhan yang diungkap oleh Abraham Maslow. Dalam salah satu komponen hierarki kebutuhan oleh Maslow, terdapat aktualisasi diri yang mendefinisikan aktualisasi diri sebagai cara untuk menjadi diri sendiri dan mengoptimalkan karakter, serta kemampuan psikologis yang berbeda-beda (Yurliana, 2022). Kepuasan yang didapatkan oleh *audiens* akun TikTok @boboholokal mengindikasikan bahwa mereka telah memenuhi kebutuhan aktualisasi dirinya.

Daftar Pustaka

- Cahyaningrum, S. D. (2018). Studi Uses and Gratification Tentang Budaya Populer Korea Pada Komunitas BTS Army Indonesia Amino. *Al-Misbah Jurnal Islamic Studies*, 6(2). Retrieved from <http://journal2.uad.ac.id/index.php/almisbah/article/view/2663>
- Kemp, S. (2022). Digital 2022: Indonesia. Retrieved February 11, 2023, from [datareportal.com: https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia](https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia)

- Kusuma, D. N., & Oktavianti, R. (2020). Penggunaan Aplikasi Media Sosial Berbasis Audio Visual dalam Membentuk Konsep Diri (Studi Kasus Aplikasi Tiktok). *Koneksi* Vol.4 No.2 , 372 - 379.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2014). *Teori Komunikasi Theories of Human Communication*. Edisi 9. Jakarta: Salemba Humanika.
- Sedyaningsih, S. (2018). Konvergensi Media di Era Digital (Eksplorasi Media Komunikasi Dalam Proses Belajar Mengajar di Era Digital). *Jurnal Pendidikan Terbuka dan Jarak Jauh*, 19(1), 54.
- Suharyanti dan Mirana Hanthasia. (2021). Kampanye Generasi Berencana (GENRE), Sikap Generasi Z di Jakarta, dan Penetrasi Media Sosial Selama Pandemi COVID-19. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 25(2), 203-222.
- Yurliana. (2022). Penggunaan Aplikasi Tiktok Sebagai Wujud Aktualisasi Diri Didunia Maya (Studi Pada Pengguna Aplikasi Tiktok Di Kota Banda Aceh). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik*, 7(1), 110-118.
- Subagiyo, Nola Aisyah dan Nur Maghfirah Aesthetika. (2023). Motif Penggunaan Tiktok di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. *Journal of Islamic and Muhammadiyah Studies*, 5, 1-9.