



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Hubungan Internasional

Terakreditasi A

SK BAN PT No. 3095/SK/BAN-PT/Akred/S/VIII/2019

**Pemanfaatan akun *Twitter* dalam Penyebaran Budaya
Korea Selatan di Amerika Serikat (Studi Kasus: Akun
Twitter Beyond The Scene)**

Skripsi

Oleh:

Yolanda Juniar Rayo

2016330231

Bandung

2019



**Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Hubungan Internasional**

Terakreditasi A

SK BAN PT No. 3095/SK/BAN-PT/Akred/S/VIII/2019

**Pemanfaatan akun *Twitter* dalam Penyebaran Budaya
Korea Selatan di Amerika Serikat (Studi Kasus: Akun
Twitter Beyond The Scene)**

Skripsi

Oleh:

Yolanda Juniar Rayo

2016330231

Pembimbing

Jessica Martha, S.IP., M.I.Pol.

Bandung

2019

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Hubungan Internasional




Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Yolanda Juniar Rayo
Nomor Pokok : 2016330231
Judul : Pemanfaatan Akun *Twitter* dalam Penyebaran Budaya Korea Selatan di Amerika Serikat (Studi Kasus: akun *Twitter Beyond The Scene*)

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Rabu, 19 Desember 2019
Dan dinyatakan **LULUS**

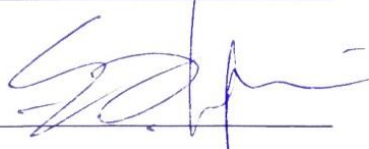
Tim Penguji
Ketua sidang merangkap anggota
Dr. Aknolt Kristian Pakpahan

: 

Sekretaris
Jessica Martha, S.IP., M.I.Pol

: 

Anggota
Elisabeth A. Satya Dewi, Ph.D

: 

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yolanda Juniar Rayo

NPM : 2016330231

Jurusan : Ilmu Hubungan Internasional

Judul : Pemanfaatan Akun *Twitter* dalam Penyebaran Budaya Korea Selatan di Amerika Serikat (Studi Kasus: akun *Twitter Beyond The Scene*)

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak yang lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 10 Desember 2019



Yolanda Juniar Rayo

2016330231

ABSTRAK

Nama : Yolanda Juniar Rayo
NPM : 2016330231
Judul : Pemanfaatan Akun *Twitter* dalam Penyebaran Budaya Korea Selatan di Amerika Serikat (Studi Kasus: akun *Twitter Beyond The Scene*)

Sejak berakhirnya Perang Dunia Ke-2, globalisasi budaya hanya menunjuk kepada satu arah, yaitu Budaya Amerika dan Bahasa Inggris yang menyebabkan terjadinya sebuah budaya yang homogen. Namun, dengan kemunculan Media Baru seperti media sosial yaitu *Twitter*, muncul aktor yang mempengaruhi homogenitas budaya tersebut. Kemunculan BTS di Amerika Serikat serta merta menjadi momentum perubahan budaya menjadi lebih heterogen atau lebih beragam. Dalam menjawab pertanyaan penelitian, “Bagaimana Akun *Twitter* BTS Mendukung Penyebaran Budaya Korea Selatan di Amerika Serikat?”, peneliti melakukan analisis yang bertujuan untuk melihat bahwa *Twitter* dapat berkontribusi dalam memperluas heterogenitas budaya, khususnya di bidang industri musik dilihat dari perkembangan grup musik BTS di Amerika Serikat. Peneliti menggunakan beberapa konsep dan teori untuk dapat menjawab pertanyaan penelitian tersebut. Beberapa konsep yang digunakan oleh penulis adalah konsep *New Media*, *New Power Community* dan Heterogenitas Budaya. Ada tiga aktor penting yang saling berinteraksi dalam *New Power Community*, yaitu *Platform Owner*, *Super Participant*, dan *Participant*. Penelitian ini menemukan bahwa pemanfaatan *Twitter* oleh BTS secara tidak langsung berdampak pada terbentuknya komunitas penggemar sebagai *New Power Community* yang dapat berinteraksi dan memunculkan budaya yang lebih beragam di Amerika Serikat. Kemunculan budaya yang beragam tersebut dapat dibuktikan dengan kepopuleritasan BTS, yang merupakan grup musik dari Korea Selatan, di Amerika Serikat dan dengan terlihatnya pergeseran pola konsumsi musik Amerika Serikat yang mulai terbuka dengan budaya-budaya lain yaitu terhadap budaya Korea Selatan dan bahasa Korea.

Kata kunci: *Twitter*, *New Power Community*, BTS, Heterogenitas Budaya, Amerika Serikat

ABSTRACT

Nama : Yolanda Juniar Rayo
NPM : 2016330231
Judul : *The Utilization of Twitter Account on Spreading South Korea's Culture in the United States (Case Study: Twitter Account of Beyond The Scene)*

Since the end of the Second World War, cultural globalization has only pointed to one direction, which is American Culture and English Language, and it led to a homogeneous culture. However, with the emergence of New Media such a social media like Twitter; some actors emerged and influence the concept of cultural homogeneity. The emergence of BTS in the United States immediately became a momentum of heterogeneity or diversity of culture. In answering the research question "How does BTS' Twitter Account Promote the Spreading of South Korea's Culture in the United States?", the researcher conducted an analysis that aims to see that Twitter can contribute to expand cultural heterogeneity, especially as seen from the expansion of BTS in America's music industry. To answer the research question, the researcher uses several concepts and theories. Some concepts used by the researcher are the concept of New Media, New Power Community, and Cultural Heterogeneity. Three important actors can interact with each other in New Power Community which is Platform Owner, Super Participant, and Participant. This study found that the use of Twitter by BTS indirectly affected the formation of a fan community as a New Power Community that could interact and create a more diverse culture in the United States. The emergence of this diverse culture can be proven by the popularity of BTS, which is a music group from South Korea, in the United States and with a visible shift in American music consumption patterns that are starting to open up to cultures such as to South Korea's culture and Korean Language.

Keywords: Twitter, New Power Community, BTS, Cultural Heterogeneity, United States

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur dengan tinggi penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa, karena atas berkat, rahmat, serta bimbingannya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik sebagai syarat kelulusan yang harus dipenuhi untuk menyelesaikan program sarjana jurusan Ilmu Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan

Penelitian yang berjudul “Pemanfaatan Akun *Twitter* dalam Penyebaran Budaya Korea Selatan di Amerika Serikat (Studi Kasus: akun *Twitter Beyond The Scene*)” ini ditulis dengan tujuan untuk melihat bahwa *Twitter* dapat berkontribusi dalam memperluas heterogenitas budaya di Amerika Serikat khususnya di bidang industri musik dilihat dari perkembangan grup musik BTS.

Penulis menyadari akan adanya kekurangan dalam penulisan penelitian ini sehingga penulis membuka diri terhadap segala kritik dan saran. Penulis berharap penelitian ini memberikan manfaat terhadap bidang keilmuan dan dapat berguna bagi sesama.

Bandung, 10 Desember 2019

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan karunia dan bimbingan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul “Pemanfaatan Akun *Twitter* dalam Penyebaran Budaya Korea Selatan di Amerika Serikat (Studi Kasus: akun *Twitter Beyond The Scene*) tepat pada waktunya. Penelitian ini disusun untuk memenuhi syarat menyelesaikan studi tingkat S-1 FISIP program Ilmu Hubungan Internasional, Universitas Katolik Parahyangan. Penulis menyampaikan terima kasih kepada pihak yang mendukung dan membantu hingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini dengan lancar:

1. Kepada keluarga dan orang tua terkasih. Terima kasih atas segala bimbingan, kerja keras, dan pengorbanannya selama ini. Terima kasih untuk setiap doa dan kasih sayang yang tidak pernah berhenti diberikan.
2. Untuk Mba Jess, sebagai pembimbing yang selalu sabar dan selalu siap membantu dalam membimbing saya selama proses pembuatan skripsi dari awal hingga akhir. Juga kepada dewan penguji, Bang Tian dan Mba Nophie, yang telah memberikan koreksi, masukan, dan saran yang membangun.
3. Terima kasih yang sedalam-dalamnya bagi segenap dosen HI Unpar yang telah membantu saya selama masa studi ini. Terima kasih untuk segala pelajaran yang sangat berharga ini.

4. Cindy, Kerin dan Tutin. *My beloved emotional support. I truly cannot do all of this without you guys. Thank you for being my anchor throughout this university life and thank you for always listening to my rant. I will always cherish our friendship.*
5. Untuk Valerie Clairine Billy Yulianto. *Starting from the very bottom now im finaly here! Thank you kler for always supporting me. Thank you for always believing in me, even when I don't believe in myself.*
6. Terima kasih kepada Marika, Ezraella, Anne, dan Naya. *My day one until now. Terima kasih sudah membantu meringankan beban kehidupan perkuliahan selama ini. Thank you for being there for me.*
7. Untuk Nana, Shelvi, Naomi, dan Lia. Teman-teman SMA ku yang terkasih. Terima kasih untuk segala bentuk support dan doanya. *I will always be grateful for you guys.*
8. Untuk segenap redaksi dan keluarga Warta Himahi. Dari tahun 2016 sampai tahun 2019. Terima kasih untuk segala memori dan kenangan. Terima kasih atas pembelajarannya selama ini. yang sangat membantu dan memberikan kepercayaan diri.
9. Kepada segenap keluarga HI Unpar 2016 yang telah membantu saya selama masa kehidupan perkuliahan.
10. Juga kepada segenap tim Publikasi Unpar. Terima kasih atas dukungan, pengalaman dan pembelajarannya selama satu tahun lebih ini.

- 11. To my twitter friends, especially Nisrina and Adriana. Thank you for the support and for the love. I hope you guys can finish your study well.*
- 12. Last but not least, to my beloved BTS. Thank you for being my inspiration and my role model. Thank you for teaching me how to be happy and how to love myself.*

Bandung, 7 Januari 2020

Yolanda Juniar Rayo

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vi
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Pembatasan Masalah	8
1.4 Pertanyaan Penelitian	9
1.5 Tujuan Penelitian	9
1.6 Kegunaan Penelitian.....	9
1.7 Kajian Literatur	10
1.8 Kerangka Pemikiran.....	16
1.9 Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data.....	21
1.10 Sistematika Pembahasan	22
BAB II.....	24
BUDAYA DI AMERIKA SERIKAT.....	24
2.1 Budaya di Amerika Serikat	24
2.1.1. Penyebaran Bahasa Inggris oleh Amerika Serikat	26
2.1.2 Film Hollywood Sebagai Produk Budaya Amerika Serikat	27
2.1.3 Musik Amerika Sebagai Budaya Populer Global	28
2.2 Budaya Amerika Serikat dan <i>America Excpetionalism</i>	29
2.3 Penyebaran Budaya Amerika Serikat Secara Global	31
2.4 Terbentuknya Budaya yang Homogen di Amerika Serikat	34
BAB III	39

PENYEBARAN BUDAYA KOREA SELATAN DI AMERIKA SERIKAT OLEH AKUN <i>TWITTER</i> BTS.....	39
3.1 BTS dan Popularitasannya di Amerika Serikat.....	39
3.2 Pemanfaatan <i>Twitter</i> oleh BTS dalam Mendukung Penyebaran Budaya Korea Selatan di Amerika Serikat.....	44
3.3 Penyebaran Budaya Korea Selatan di Amerika Serikat oleh BTS yang memanfaatkan akun <i>Twitter</i> -nya.....	53
BAB IV	71
KESIMPULAN	71
DAFTAR PUSTAKA	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.2.1: Jumlah Pengikut Akun <i>Twitter</i> BTS Pada Tahun 2016.....	46
Gambar 3.2.2: Akun <i>Twitter</i> BTS Pada Tahun 2019.....	47
Gambar 3.2.3: Unggahan twit oleh salah satu personil BTS yaitu Jimin.....	48
Gambar 3.2.4: Unggahan twit oleh salah satu personil BTS yaitu Jungkook.....	49
Gambar 3.2.5: Jumlah rata-rata <i>likes</i> dan re-twit yang didapatkan BTS per-twit.....	49
Gambar 3.2.6: Visualiasi jumlah kutipan yang didapat oleh akun <i>Twitter</i> BTS.....	51
Gambar 3.2.7: Visualisasi jumlah balasan twit yang didapat oleh akun <i>Twitter</i> BTS.....	51
Gambar 3.2.8: Visualisasi jumlah re-twit yang didapat oleh akun <i>Twitter</i> BTS.....	52
Gambar 3.3.1: Skema aktor <i>new power community</i>	55
Gambar 3.3.2: BTS mendapatkan posisi nomor satu dalam Billboard Social 50 Chart selama 155 minggu berturut-turut.....	59
Gambar 3.3.3: Visualisasi perbandingan jumlah pengikut dan jumlah <i>twitter mentions</i>	59
Gambar 3.3.4: Visualisasi perbandingan jumlah pengikut dan jumlah <i>twitter mentions</i> yang didapatkan oleh BTS	60
Gambar 3.3.5: Akun <i>Twitter</i> basis penggemar <i>Bangtan Translations</i>	62
Gambar 3.3.6: Akun <i>Twitter</i> basis penggemar One in an ARMY	64
Gambar 3.3.7: Akun <i>Twitter</i> basis penggemar BTS Chart	65
Gambar 3.3.8: Akun <i>Twitter</i> basis penggemar BTS Voting Team.....	65

Gambar 3.3.9: Akun <i>Twitter</i> basis penggemar US BTS ARMY	65
Gambar 3.3.10: Album BTS dalam Billboard 100	67
Gambar 3.3.11: Album BTS dalam Billboard 100	67
Gambar 3.3.12: BTS menduduki peringkat pertama dalam penjualan album fisik di Amerika Serikat	68

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sepanjang sejarah kehidupan umat manusia, terobosan-terobosan teknologi baru telah membawa banyak perubahan signifikan yang sangat mengubah struktur dunia, mulai dari struktur politik, ekonomi, hingga budaya. Perubahan besar yang terjadi pada peradaban manusia sudah dimulai sejak 10.000 tahun yang lalu dimulai dari revolusi agrarian. Hal tersebut membawa perubahan pada domestikasi hewan, kemunculan teknologi pertanian baru, hingga pertumbuhan penduduk yang akhirnya menyebabkan munculnya pemukiman tetap. Revolusi tersebut diikuti dengan era baru revolusi yang dikenal dengan nama Revolusi Industri pertama pada tahun 1760¹. Revolusi Industri Pertama dimulai dari lahirnya tenaga uap, kereta api, dan bentuk produksi mekanis. Diikuti dengan Revolusi Industri Kedua dengan ditemukannya tenaga listrik pada tahun 1890, serta Revolusi Industri Ketiga pada tahun 1960 dengan lahirnya komputer dan awal dari era internet.

Dunia sekarang ini sudah memasuki awal dari era revolusi industri baru yang dikenal dengan nama Revolusi Industri 4.0. Revolusi Industri 4.0 merupakan titik balik dari perkembangan teknologi umat manusia. Berbeda dari revolusi sebelumnya, pada revolusi industri 4.0, teknologi digital semakin dikembangkan untuk

¹ Peer Vries, "The Industrial Revolution", *Encyclopaedia of the Modern World* Volume 4, (2008): 158-161.

memudahkan pekerjaan manusia. Selain itu, pada revolusi 4.0 ini teknologi digital berkembang pesat dalam kecepatan yang eksponensial atau berkali-kali lipat². Revolusi industri yang terjadi sangat berdampak terhadap penemuan-penemuan baru seperti *Artificial Intelligence* (AI), robot, *Internet of Things* (IoT), dan masih banyak lagi. Semakin berkembangnya teknologi, semakin banyak juga manusia yang terhubung dengan satu sama lain dengan bantuan perangkat canggih dan internet yang juga dapat mempermudah pekerjaan manusia disegala bidang.

Dampak yang sangat signifikan dari revolusi industri adalah lahirnya Globalisasi. Selama beribu-ribu tahun lamanya, umat manusia berusaha untuk dapat terhubung dengan satu sama lain dengan lebih mudah. Dibantu dengan peningkatan konektivitas dan perkembangan teknologi yang semakin pesat, hal tersebut menjadi bagian yang sangat penting bagi perkembangan dunia saat ini. Fenomena tersebutlah yang dikenal dengan nama Globalisasi. Menurut *World Economic Forum* (WEF), globalisasi dapat diartikan sebagai fenomena yang didorong oleh teknologi dan pergerakan gagasan, orang dan barang³. Dengan adanya globalisasi, hal tersebut menyebabkan interaksi antar berbagai macam aktor menjadi tampak tidak mempunyai batasan-batasan lagi⁴. Misalnya seperti masyarakat yang berada di Indonesia pada era globalisasi ini dapat dengan mudah mengetahui apa saja yang

² Klaus Schwab, "The Fourth Industrial Revolution: What It Means, How To Respond", *World Economic Forum*, 14 Januari 2016, (diakses pada 25 Januari 2019).

³ Klaus Schwab, "Globalization 4.0 – What Does It Mean?", *World Economic Forum*, 5 November 2018, <https://www.weforum.org/agenda/2018/11/globalization-4-what-does-it-mean-how-it-will-benefit-everyone/> (diakses pada 25 Januari 2018).

⁴ James H. Mittleman, (1997), *Globalization: Critical Reflection*, Lynne Rienner Publishers: Boulder, Colorado, hal 229.

sedang terjadi di negara lain yang berjarak beribu-ribu kilometer jauhnya. Seluruh aspek kehidupan manusia pun turut berubah, mulai dari aspek ekonomi, politik, hingga budaya.

Sama seperti Revolusi Industri 4.0, Globalisasi sekarang ini juga sudah memasuki era yang baru yang dikenal dengan nama Globalisasi 4.0. Laju perubahan teknologi yang belum pernah terjadi sebelumnya menyebabkan semua aspek kehidupan manusia sepenuhnya akan berubah, seperti misalnya sistem kesehatan, produksi, energi, distribusi, komunikasi, dan masih banyak lagi. Pada era ini internet dan media memainkan peranan yang sangat penting dalam kehidupan semua manusia.

Pada era Globalisasi 4.0, media yang paling berkembang adalah media berbasis internet yang dikenal dengan nama media sosial. Istilah tersebut memungkinkan para pengguna untuk berpartisipasi, berkomunikasi, berinteraksi, berbagi, dan membangun jaringan dalam komunitas online⁵. Contoh dari media sosial yang sering kali dipakai oleh masyarakat dunia saat ini adalah seperti *Instagram*, *YouTube*, dan *Twitter*. Dengan kemudahan dan bantuan dari media sosial, beragam informasi dapat dengan mudah disebarakan melalui internet. Mulai dari informasi politik hingga informasi terhadap budaya asing negara lain.

Globalisasi mempunyai dampak yang sangat besar terhadap studi Hubungan Internasional. Dengan banyaknya negara, maka orang-orang dan budaya akan

⁵ Antony Mayfield, 2008, "What is Social Media", E-book, dipublikasikan melalui http://www.icrossing.com/uk/sites/default/files_uk/insight_pdf_files/What%20is%20Social%20Media_iCrossing_ebook.pdf (diakses pada 25 Januari 2019).

beradaptasi dengan komunitas internasional yang terus berubah⁶. Globalisasi dan hubungan internasional terus menerus mengubah budaya, serta menghubungkannya di berbagai tingkatan seperti ekonomi, politik, sosial, budaya dan masih banyak lagi. Globalisasi budaya lama kelamaan melahirkan Budaya Populer atau yang lebih dikenal dengan *Popular Culture* atau *Pop Culture*. *Pop Culture* dimanifestasikan di seluruh dunia melalui film, musik, acara televisi, surat kabar, siaran satelit, makanan cepat saji, pakaian, dan barang-barang konsumen lainnya⁷.

1.2 Identifikasi Masalah

Kemajuan teknologi yang diawali dengan kemunculan internet pada akhirnya menyebabkan manusia masuk ke dalam era yang baru, yaitu era globalisasi. Pada era globalisasi inilah interaksi antar berbagai macam aktor menjadi tampak tidak mempunyai batasan-batasan lagi. Segala informasi dengan mudahnya dapat diterima oleh semua orang di dunia. Salah satu contohnya adalah penyebaran budaya, seperti *pop culture*.

Tidak sedikit yang berpendapat bahwa penyebaran *Pop Culture* sebagai dampak dari globalisasi merupakan penyamaran dari penyebaran budaya Amerika Serikat, atau yang lebih dikenal dengan Amerikanisasi, karena melihat Amerika Serikat sebagai negara paling berpengaruh di dunia. Hal tersebut mungkin benar

⁶ Liana Amirkhanyan, "Globalization and International Relations", *Cultural Diplomacy*, <http://www.culturaldiplomacy.org/academy/content/pdf/participant-papers/2011-12-cdac/Globalization-and-International-Relations-Lianna-Amirkhanyan.pdf> (diakses pada 25 Januari 2019).

⁷ The Levin Institute, "Pop Culture", *Globalization 101*, <http://www.globalization101.org/pop-culture/> (diakses pada 25 Januari 2019).

adanya, karena tidak dapat dipungkiri pengaruh tren Amerika Serikat sangat besar di negara-negara lain dan juga mempengaruhi berbagai aspek kehidupan. Ditambah lagi dengan kekuatan ekonomi dan politik yang besar yang dimiliki oleh Amerika Serikat akhirnya juga berdampak kepada penyebaran kultur Amerika Serikat yang sangat meluas ke seluruh negara lainnya sehingga akhirnya hal dapat mendominasi.

Sejak akhir masa Perang Dunia Ke-2 hingga tahun 2000-an, globalisasi budaya hanya menunjuk pada satu arah yaitu budaya Bahasa Inggris dan Budaya Amerika Serikat. Ditambah dengan meningkatnya kekuatan ekonomi dan politik Amerika Serikat, Amerikanisasi sangat mempengaruhi tren di negara-negara lainnya. Misalnya seperti tren musik oleh Elvis Presley, Frank Sinatra, The Beatles, dan Queen. Namun, tidak hanya tren musik, film terlaris sepanjang masa juga didominasi oleh Amerika Serikat, yaitu film-film dari Hollywood, misalnya *Titanic*, *Star Wars*, dan *Disney*

Efek dari terlalu mendominasinya budaya Amerika Serikat dapat melahirkan Homogenisasi Budaya. Hal tersebut lama kelamaan akan membawa dampak yang buruk bagi kehidupan global. Seperti contohnya adalah menurunnya jumlah bahasa lisan di seluruh dunia. Menurut data dari *The New York Times*, sejak era awal dari globalisasi, jumlah bahasa lisan di dunia sudah berkurang dari sekitar 14.500 menjadi kurang dari 7.000 bahasa dan pada tahun 2007, setengah dari 7.000 bahasa yang

tersisa berada dalam bahaya kepunahan⁸. *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization* (UNESCO) menekankan pada Konferensi Rio+20 bahwa Homogenisasi Budaya membawa resiko negatif lainnya. Unsur-unsur warisan seperti bahasa, adat istiadat, dan tradisi, lama kelamaan berada di bawah ancaman karena politik dan kekuatan globalisasi. Menurut UNESCO, meskipun fenomena ini mempromosikan integrasi masyarakat, Homogenisasi Budaya dapat menghilangkan keunikan budaya lokal yang nantinya dapat menyebabkan hilangnya identitas, *exclusion, clash of civilization*, bahkan konflik. Ditambah lagi jika melihat kebangkitan kaum nasionalis dan populis ekstrem yang bereaksi terhadap globalisasi. Reaksi tersebut lahir dari kaum konservatif yang merasa terancam akan perubahan budaya atau kepada fenomena masuknya budaya lain yang disebabkan oleh globalisasi.

Namun disisi lain, sekarang ini homogenisasi budaya belum sepenuhnya mencapai titik maksimum. Dengan bantuan media sosial seperti *Twitter* yang digunakan oleh milyaran orang di dunia, mulai muncul aktor-aktor yang mendobrak konsep homogenitas budaya atau *Global Monoculture*. Seperti fenomena *boy group* Korea Selatan BTS yang berhasil memegang rekor penonton video musik terbanyak selama 24 jam, mengalahkan penyanyi pop terkenal Amerika Serikat Taylor Swift⁹.

⁸ John Noble Wilford, "World's Languages Dying Off Rapidly", *The New York Times*, 18 September 2007, <https://www.nytimes.com/2007/09/18/world/18end-language.html> (diakses pada 1 Februari 2019).

⁹ Catherine Clifford, "This Music Video Got 45 Million Views in 24 Hours, Making It the Biggest Youtube Debut Ever", *CNBC*, 30 Agustus 2018, <https://www.cnbc.com/2018/08/30/bts-video-biggest-youtube-debut-in-history.html> (diakses pada 1 Februari 2019).

Bangtan Sonyeondan, yang diterjemahkan secara kasar mejadi *Bulletproof Boy Scouts*, atau yang lebih dikenal dengan nama *Beyond The Scene* (BTS), merupakan *boy group* dari Korea Selatan yang dibentuk pada tahun 2013. Terdiri dari tujuh personil, BTS telah mendapatkan banyak penggemar dan pengakuan yang tidak hanya berasal dari negara-negara di Asia, tetapi juga dari negara-negara Barat. Pada tahun 2018, BTS mengambil bagian dalam majalah *TIME* 'Next Generation Leaders' dan juga berkesempatan menjadi cover pada edisi tersebut.

Selain itu BTS juga menempati posisi pertama tangga lagu di negara industri musik terbesar di dunia, Amerika Serikat, dengan album berbahasa Korea. Hal yang menarik lainnya adalah album dari BTS merupakan album nomor satu dengan bahasa asing pertama yang menempati posisi tersebut selama lebih dari 12 tahun. Ditambah dengan prestasi-prestasi BTS lainnya yang berhasil dicapai di Amerika Serikat, fenomena ini menjadikan BTS sebagai ikon *Pop Culture* non-Amerika baru yang membawa perubahan kultur global menjadi lebih heterogen atau lebih beragam dengan berkembangnya budaya lain.

Memahami budaya, globalisasi, dan hubungan internasional sangatlah penting untuk masa yang akan datang, tidak hanya pemerintah, masyarakat, dan bisnis, namun juga untuk keberlangsungan hidup umat manusia. Mengacu pada uraian di atas maka penulis merasa relevan dan perlu melakukan analisis terhadap perihal pemanfaatan Twitter oleh BTS dalam penyebaran heterogenitas budaya di Amerika Serikat.

1.3 Pembatasan Masalah

Media sosial yang dibahas pada penelitian ini adalah *Twitter* dan bagaimana kontribusinya dalam memperluas heterogenitas budaya di Amerika Serikat. *Twitter* dipilih sebagai media sosial yang diteliti dikarenakan jangkauan dan penggunaannya yang luas yang mampu mencakup masyarakat global. Dengan menggunakan *big data* dari *Twitter*, maka peneliti dapat melihat bagaimana perkembangan statistik dan demografi *platform* tersebut. Tidak hanya itu, *Twitter* juga dipilih karena *platform* tersebut merupakan *platform* yang paling dimanfaatkan oleh BTS dan para penggemarnya.

Permasalahan yang ditemukan di dalam penelitian ini dibatasi terhadap akun *Twitter* dari *boy group* korea BTS sebagai akun yang paling banyak di-*tweet* secara global serta akun-akun *Twitter* para penggemar BTS. Penelitian ini berfokus pada periode 2016 sampai dengan tahun 2019, tetapi tidak menutup adanya data dari tahun-tahun sebelumnya sebagai acuan penelitian. Alasan pembatasan periode penelitian ialah pada tahun 2016 sampai dengan tahun 2019 dikarenakan pada tahun 2016 album BTS yang berjudul *Wings* berhasil menduduki urutan ke 26 di tangga lagu Billboard di Amerika Serikat dan sekaligus menjadikan BTS sebagai grup Korea pertama yang berhasil meraih pencapaian tersebut¹⁰. Penelitian ini dibatasi hingga tahun 2019, seiring dengan melonjaknya kepopuleritasan BTS di pasar musik di Amerika Serikat, hal tersebut dapat dilihat dari BTS yang berhasil menjadi musisi

¹⁰ Jeff Benjamin, "BTS' 'Wings' Sets New U.S. Record for Highest-Charting, Best-Selling K-Pop Album", *Billboard*, 17 Oktober 2016, <https://www.billboard.com/articles/columns/k-town/7542131/bts-wings-highest-charting-best-selling-kpop-album-billboard-200>

Asia pertama yang mendapatkan peringkat pertama dalam tangga lagu Billboard 200 sebanyak tiga kali berturut-turu. Negara acuan yang diteliti lebih lanjut adalah negara Amerika Serikat sebagai negara yang memainkan peran yang sangat besar terhadap penyebaran budaya global.

1.4 Pertanyaan Penelitian

Berangkat dari latar belakang, identifikasi, serta pembatasan masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, pertanyaan penelitian utama dari penelitian ini adalah: **Bagaimana Akun *Twitter* BTS Mendukung Penyebaran Budaya Korea Selatan di Amerika Serikat?**

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat bahwa kumpulan penggemar BTS sebagai *New Power Community* di *Twitter* dapat berkontribusi dalam memperluas heterogenitas atau keragaman budaya di Amerika Serikat khususnya di bidang industri musik.

1.6 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi pengetahuan bagi para pembaca dan informasi yang dibutuhkan mengenai heterogenitas budaya. Juga diharapkan penelitian ini berkontribusi terhadap perdebatan akademis bahwa media sosial berperan penting dalam menyebarkan informasi dan berpengaruh dalam kehidupan manusia. Serta dapat memberi kontribusi bagi pengkaji masalah-masalah

internasional yang berhubungan dengan globalisasi, perkembangan media sosial, dan budaya.

1.7 Kajian Literatur

Penelitian ini menggunakan lima kajian literatur sebagai bahan tinjauan. Literatur pertama yang akan digunakan adalah artikel jurnal yang ditulis oleh Sam Lebovic dengan judul “*Here, There and Everywhere: The Beatles, America, and Cultural Globalization, 1964-1968*”, yang diterbitkan oleh *Cambridge University* dalam *Journal of American Studies* pada tahun 2017. Artikel ini membahas invasi grup band Inggris *The Beatles* ke Amerika Serikat sebagai momen globalisasi budaya dan peningkatan penggunaan media konvensional yaitu radio dan televisi. Selain itu, artikel ini juga memperhatikan faktor ekonomi politik yang menopang kesuksesan *The Beatles* dan hibriditas budaya internasional¹¹. Lebovic berpendapat bahwa band ini merupakan faktor utama yang meningkatkan budaya globalitas pop di dunia global pada tahun 1960. Ditengah “peradaban Amerika” dan dalam periode yang terkait dengan Amerikanisasi dan imperialisme budaya Amerika Serikat, *The Beatles* dapat menyangkal kekuatan imperialisme budaya Amerika Serikat dan berfungsi sebagai bukti kemampuan untuk membalikkan Amerikanisasi budaya global.

Dengan *The Beatles* dapat dilihat bagaimana pasar budaya global muncul dari era abad pertengahan yang ditandai oleh depresi, perang, dan dominasi budaya Amerika Serikat. Pada akhir 1940-an, lebih dari setengah rekor di dunia dibuat dan

¹¹ Sam Lebovic, “Here, There and Everywhere: The Beatles, America, and Cultural Globalization, 1964-1968”, *Journal of American Studies Cambridge* Volume 51, Issue No.1 (Feb 2017): 43-65.

dijual di Amerika Serikat¹². Namun, antara tahun 1955 dan 1960, rekor penjualan di Eropa berlipat ganda seiring kemakmuran kembali. Kemudian pada tahun 1960-an, penjualan rekor global meningkat. Menurut salah satu media hiburan paling ternama di Amerika Serikat, *Variety*, *The Beatles* pada dasarnya mengguncang dan mengglobalisasikan bisnis musik. Kedatangan *The Beatles* menghancurkan dominasi Amerika Serikat dan di luar negeri. *The Beatles* telah menunjukkan kemungkinan untuk menghasilkan pasar internasional untuk musik pop yang mana Amerika Serikat hanya satu segmen. Pada tahun 1965, ketika *The Beatles* telah menjual 200 juta rekaman, *The Beatles* telah menjual lebih banyak cakram di seluruh dunia dibandingkan Elvis Presley. Pada saat-saat tersebut, fenomena dari kemunculan *The Beatles* ke Amerika Serikat dikenal sebagai sebuah virus “*happy hysteria*” yang disebut sebagai “*Beatlemania*”. *The Beatles* kemudian, menunjukkan bagaimana jaringan budaya yang terintegrasi dibangun dan bagaimana berbagai makna budaya diproyeksikan ke produk yang beredar di jaringan itu.

Literatur kedua ditulis oleh Ryan Shin dengan judul “*Gangnam Style and Global Visual Culture*”, yang diterbitkan oleh *University of Columbia* dalam jurnal *Studies in Art Education* pada tahun 2016. Artikel ini menjelaskan bagaimana seorang artis dari Korea Selatan yang bernama PSY menjadi viral karena pada tahun 2014, untuk pertama kalinya video musik tersebut mencapai dua miliar penonton dan

¹² Ibid.

menjadi video pertama mencapai jumlah penonton ini¹³. Popularitas dari video musik yang berjudul “*Gangnam Style*” (GS) meluas dan dikenal oleh berbagai individu dari berbagai usia, ras, kelas sosial dan pandangan politik di seluruh dunia. Shin berpendapat bahwa partisipasi dan koneksi dari para penggemarnya sangatlah luas melalui *Facebook*, *Twitter*, dan *YouTube*.

Budaya global menurutnya tidak akan sepenuhnya terbentuk dan berkembang tanpa media sosial dan jaringan teknologi yang menghubungkan orang-orang di seluruh dunia. Terlebih di Amerika Serikat yang mana banyak dari media populer yang menampilkan GS di program televisi, seperti *Good Morning America*, *Dancing with the Stars*, *Saturday Night Live*, dan *Ellen DeGeneres Show*. Dampak dan daya tarik yang luas dari GS sebagai bentuk yang ikonik dalam budaya global pun meluas hingga ke Eropa, Afrika, Amerika Latin, dan tentu saja di Asia. Shin berpendapat bahwa meskipun popularitas lagu dan tarian GS telah berkurang, namun menurut data dari *Wall Street Journal*, muncul video viral lainnya dari warga Palestina yang menari dengan tentara Israel. Hal ini menunjukkan bahwa budaya populer dapat memainkan peran sementara dalam melepaskan ketegangan politik dan agama yang mendorong konflik global dan mengontekstualisasikan kekuatan rekonsiliasi dan mediasi seni dan musik dengan cara yang tidak terduga¹⁴.

Disamping itu, Shin dengan jelas berpendapat bahwa GS telah menjadi sebuah simbol ikonik dari budaya global yang berdiri dalam perbandingan nyata

¹³ Ryan Shin, “Gangnam Style and Global Visual Culture”, *Studies in Art Education* Volume 57, Issue No.3 (2016): 252-264.

¹⁴ Ibid.

dengan produksi budaya lain yang dahulu lebih bisa diterima dan yang tersebar dengan mudah seperti musik Amerika Serikat dan film-film Hollywood¹⁵. Produk budaya ini dianggap global, tetapi umumnya hanya menarik minat orang di daerah tertentu, atau produk lokal diekspor ke negara lain, yaitu sebuah praktik yang disebut "globalisasi" dalam terminologi Robertson, atau globalisasi budaya populer barat untuk seluruh dunia. Sekarang, dengan teknologi nirkabel dan jaringan global yang tersedia secara luas, membuat dunia terhubung secara mudah untuk mengonsumsi budaya. Dalam artikel jurnalnya juga Shin memperkirakan bahwa nantinya di abad-21 ini akan dilihat akhir dari distribusi satu arah konvensional budaya populer barat, yang telah mengeksploitasi produksi dan distribusi melalui pasar global.

Literatur selanjutnya yang dikaji dalam penelitian ini adalah artikel jurnal yang ditulis oleh Yong Chen dan Hong Chen dengan judul "*Innovation and Social Media: Cultural Impacts on the Opinion Influence Process in Brand Communities*", dalam *Journal of Industrial Integration and Management*, yang diterbitkan oleh *World Scientific Publishing* pada tahun 2016. Artikel jurnal ini memaparkan tentang kemampuan jangkauan media sosial dan bagaimana hal tersebut dapat memengaruhi pengaruh opini yang terjadi di komunitas berbasis media sosial¹⁶. Disamping itu, artikel jurnal ini juga membahas bagaimana media sosial dapat memfasilitasi komunitas sebagai tempat anggota berinteraksi dan berkolaborasi dengan orang lain

¹⁵ Ibid.

¹⁶ Yong Chen dan Hong Chen, "Innovation and Social Media: Cultural Impacts on the Opinion Influence Process in Brand Communities", *Journal of Industrial Integration and Management* Volume 1, Issue No.4 (2016): 1-15.

yang memiliki minat yang sama. Komunitas dapat melibatkan sejumlah besar anggota dan memiliki kemampuan jangkauan global. Juga, komunitas tersebut memiliki kendali untuk menemukan, memproduksi, dan mendistribusikan informasi. Pengalaman dan pendapat dari komunitas tersebut akan tersebar dalam format elektronik dari mulut ke mulut dan membentuk semacam kesesuaian yang muncul di media sosial. Pengaruh yang dihasilkan oleh komunitas berbasis media sosial terbukti berdampak pada sikap produk konsumen, keputusan pembelian, pemikiran, perilaku, adopsi dan penggunaan produk serta layanan, kepercayaan dan juga loyalitas. Karena anggota komunitas berbasis media sosial dapat berasal dari beberapa negara, latar belakang budaya dari setiap individu pengguna media sosial dapat pada pengaruh yang terjadi di masyarakat.

Literatur keempat yang dikaji merupakan Jurnal yang ditulis oleh Melissa A. Click, Hyunjin Lee, dan Holly Willson Holladay yang berjudul *Making Monsters: Lady Gaga, Fan Identification, and Social Media*¹⁷. Jurnal ini membahas tentang relasi hubungan antara Lady Gaga, seorang musisi Amerika Serikat ternama, dengan para penggemarnya melalui media sosial. Penelitian dalam sebuah media baru telah mengeksplorasi cara selebriti untuk menggunakan media sosial untuk meningkatkan hubungan dan memungkinkan adanya sebuah interaksi dengan para penggemarnya. Dengan menggunakan media sosial, Lady Gaga menggunakan platform tersebut

¹⁷ Melissa A. Click, Hyunji Lee & Holly Willson Holladay, Making Monsters: Lady Gaga, Fan Identification, and Social Media, *Popular Music and Society*, 36:3 (2013), 360-379, DOI: [10.1080/03007766.2013.798546](https://doi.org/10.1080/03007766.2013.798546)

untuk menyebarkan nilai-nilai positif kepada para penggemarnya sehingga lebih memperdalam hubungan yang dibangun.

Media sosial telah mengubah dunia hiburan di seluruh dunia. Melalui media sosial, para selebriti menciptakan rasa kedekatan dengan membagikan informasi-informasi pribadinya dengan para penggemar dan di sisi lain para penggemar sekarang mengharapkan selebriti untuk berinteraksi dan mempertahankan afiliasinya. Dengan adanya media sosial, hal tersebut menimbulkan rasa 'kenyataan' akan selebriti tersebut dan membuat selebriti tampak lebih mudah disukai, berbeda dengan media tradisional yang mengubah citra selebriti tersebut menjadi lebih kaku.

Literatur terakhir yang akan dikaji adalah buku *The Great Convergence: Asia, the West, and the Logic of One World* yang ditulis oleh Kishore Mahbubani. Dalam bukunya, ia menuturkan bahwa sedang terbentuk peradaban global baru, yang mana akan menyatukan wilayah, peradaban, dan kekuatan besar. Mahbubani melihat fenomena yang ada dari perspektif ekonomi, yang mana konvergensi tersebut merupakan hasil dari perubahan kekuatan dari modernisasi ekonomi dan lahirnya kelas menengah di dunia.

Banyak dari negara-negara non-barat sudah menggunakan cara hidup budaya-budaya barat, maka dari itu, Mahbubani dalam bukunya mengatakan bahwa sudah saatnya pembuat kebijakan di seluruh negara untuk merubah persepsinya dan menerima bahwa kita hidup didalam satu dunia yang sama karena mayoritas negara-negara non-Barat sudah mematuhi standar hidup negara-negara Barat. Menurutnya,

kepentingan nasional harus diimbangi dengan kepentingan global agar terciptanya dunia yang menyatu dengan baik.

Berdasarkan kelima sumber diatas, terjadi perdebatan mengenai heterogenitas dan homogenitas budaya. Penelitian yang dibuat bertujuan untuk mendukung bahwa heterogenitas dapat terjadi dengan bantuan dari aktor-aktor tertentu, seperti musisi, selebriti, kelompok penggemar dan media yang digunakan. Penelitian ini diperkuat dengan menjadikan BTS sebagai aktor utama yang memanfaatkan bantuan dari media sosial *Twitter* yang dapat mempengaruhi perkembangan budaya yang lebih beragam di Amerika Serikat.

1.8 Kerangka Pemikiran

Menurut pandangan Robert O. Keohane dan Joseph Nye dalam bukunya yang berjudul *Power in the Global Information Age: From Realism to Globalization*, globalisasi dapat diartikan sebagai suatu keadaan dunia yang melibatkan saling ketergantungannya jaringan melalui arus dan pengaruh modal, barang, informasi, gagasan dan juga mengacu pada penyusutan jarak dalam skala besar¹⁸. Didalam bukunya, Keohane dan Nye juga menjelaskan jenis-jenis dari globalisasi, salah satunya adalah globalisasi sosial dan budaya. Menurutnya, globalisasi sosial dan budaya melibatkan pergerakan ide, informasi, gambar dan manusia¹⁹. Informasi dan ide yang bergerak tersebut menyebabkan masyarakat di daerah lain dapat mengimitasi

¹⁸ Joseph S. Nye, *Power in the Global Information Age: From Realism to Globalization* (London: Routledge, 2005), hal 191.

¹⁹ Ibid, hal 193.

kebiasaan-kebiasaan dari masyarakat lain. Hal tersebut juga dapat mempengaruhi kesadaran individu serta dapat mempengaruhi sikapnya terhadap suatu budaya, politik dan identitas.

Globalisasi sangatlah penting karena hal tersebut bukan saja berdampak kepada manusia, namun juga berdampak serta dapat mendorong agenda dari suatu negara. Terutama dimensi budaya dari proses globalisasi sangatlah besar dan penting. Melalui teknologi, informasi, simbol, gambar, nilai, dan kepercayaan dapat disebarkan keseluruh dunia dengan sangat cepat. Melalui komunikasi satelit, komputer, dan internet, informasi dapat disebarkan secara global. Munculnya komunikasi global telah meningkatkan interaksi budaya. Budaya yang beragam dan berbeda sekarang bersentuhan dengan budaya lainnya dan berdampak kepada kehidupan masyarakat.

Perkembangan internet membawa dunia media kedalam era yang baru. Sekarang muncul istilah *new media* atau media baru yang juga dikenal dengan media sosial. *Social Network Sites* (SNS) atau situs jejaring sosial, merupakan salah satu konsep dari *new media* yang menggambarkan kehadiran beragam media sosial yang mempunyai manfaat untuk dapat menyebarkan informasi yang juga kemudian dapat memunculkan adanya interaksi sosial²⁰. Contoh dari SNS antara lain media sosial seperti *Twitter*. Berdasarkan penelitian, ditemukan bahwa berbagai jenis media memiliki tingkat pengaruh yang berbeda, tergantung dengan isu yang ada. Seperti

²⁰ Juan Carlo, "Factors Affecting Social Interaction on Social Network Sites: the Facebook Case", Emerald Group Publishing Limited, *Proquest Journal*, <https://search.proquest.com/docview/1826443103/BA9FE72669CF44BDPQ/6?accountid=31495>.

misalnya SNS dan blog paling berpengaruh dalam politik dan budaya; media berita berpengaruh ekonomi dan seni; media sosial berpengaruh terhadap isu-isu kontroversial; dan platform sosial tunggal berpengaruh terhadap hiburan²¹.

Jeremy Heimans dan Henry Timms dalam bukunya yang berjudul *New Power* menjelaskan tentang kemunculan kekuatan baru dan bagaimana kekuatan baru tersebut dapat membentuk suatu *new power community*. *Power* seperti yang dikatakan oleh filsuf Bertrand Russell adalah kemampuan untuk menghasilkan efek yang diinginkan. Menurut Heimans dan Timms, *power* tersebut sekarang sudah berada di tangan setiap individu, seperti misalnya kemampuan untuk membuat film, untuk menyebarkan ide, membangun komunitas, atau gerakan dalam skala yang jauh lebih besar dan dengan dampak potensi yang lebih besar²². Semua hal tersebut dapat terjadi karena bukan hanya teknologi yang sedang berubah, namun setiap individu juga mengalami perubahan. Para pengguna media sosial dengan jutaan pengikutnya dapat mengubah kebiasaan, emosi, dan pendapat pengguna media sosial lainnya.

Heimans dan Timms memperkenalkan dua pendekatan *power* yang baru yaitu *old power* dan *new power*. Menurutnya, *old power* bekerja seperti mata uang yang tertutup, sulit untuk diakses dan hanya bersifat satu arah. Sedangkan *new power* bekerja seperti arus yang terbuka, seperti misalnya informasi yang diunggah oleh para pengguna.

²¹ Kim Minkyung, David Newth, dan Peter Christen, "Modeling dynamics of diffusion across heterogeneous social networks: News diffusion in social media", *Entropy*, 2013, 15(10).

²² Jeremy Heimans dan Henry Timms, *New Power: How Power Works in Our Hyperconnected World – and How to Make It Work for You* (New York: Doubleday, 2018)

Didalam bukunya juga, Heimans dan Timms memperkenalkan konsep *new power community* yang mempunyai tiga aktor kunci yaitu *participants*, *super-participants*, dan *platform owner* atau *stewards*. *Platform owners* atau *stewards* memiliki kemampuan untuk mengendalikan atau mempengaruhi siapa saja yang diizinkan untuk berpartisipasi didalam platform, mengelola dan mengambil keputusan, membuat aturan dan menentukan struktur dari dari platform. Disisi lain, *super participant* merupakan aset penting dalam suatu platform yang berupa kontributor paling aktif dan yang memberikan konten didalam platform tersebut. Sedangkan *participant* merupakan pengguna platform yang mengonsumsi, menyebarkan dan bisa juga menjadi *super participant* yang saling mempengaruhi.

Dalam bukunya yang berjudul *Globalizations and the Ancient World*, Justin Jennings menjelaskan bahwa globalisasi melahirkan budaya global. Budaya sendiri merupakan konsep yang kompleks yang meliputi pengetahuan, kepercayaan, moral, hukum, adat istiadat, kemampuan, kebiasaan yang didapatkan manusia, dan juga seni²³. Sedangkan budaya global mengacu kepada budaya yang merupakan hasil dari transmisi ide, makna, dan nilai-nilai di seluruh dunia. Budaya global dapat lahir terutama dengan bantuan dari perkembangan internet. Budaya global tersebut mempunyai beberapa ciri atau tanda-tanda, yaitu adalah dengan kemunculan

²³ Edward Tylor, *Primitive Culture*. (New York: J.P. Putnam's Son, 1871)

homogenisasi budaya dan heterogenitas budaya, yaitu saat budaya global mulai memunculkan, variasi-variasi budaya²⁴.

Homogenisasi budaya merupakan proses yang melampaui penyebar luasan benda asing atau manusia, yaitu dari bentuk musik, arsitektur, mode pakaian, kebiasaan makan, bahasa, ide-ide filosofis, dan nilai-nilai budaya, diadopsi oleh budaya atau kelompok lain²⁵. Sering kali, budaya yang tersebar dan yang mendominasi merupakan budaya Amerika Serikat sehingga proses dari homogenisasi budaya juga kadang sering disebut sebagai *McDonaldization*, yang menggambarkan jangkauan luas *McDonald* dan bagaimana *McDonald* telah mengubah budaya modern di dunia.

Tanda lainnya dari kemunculan budaya global adalah dengan kemunculan heterogenitas budaya. Heterogenitas budaya dapat terbentuk melalui penggabungan ide, produk, dan praktik dari berbagai area di seluruh sistem sehingga masyarakat asing dapat mengenal kultur yang ada²⁶. Heterogenitas budaya juga terjadi karena globalisasi sekarang ini tidak identik dengan budaya Amerikanisasi atau Westernisasi²⁷ sehingga memunculkan perbedaan budaya dari satu daerah ke daerah lain. Heterogenitas juga dapat diartikan sebagai penyebarluasan budaya yang dapat diterima oleh masyarakat dalam budaya lain dan nantinya akan menyebabkan

²⁴ Justin Jennings, *Globalizations And The Ancient World* (Cambridge: Cambridge University Press, 2014), hal 31.

²⁵ Justin Jennings, *Globalizations And The Ancient World* (Cambridge: Cambridge University Press, 2014), hal 132.

²⁶ Ibid.

²⁷ Jonathan Xavier Inda, dan Renato Rosaldo, "Tracking Global Flows. In *The Anthropology of Globalization: A Reader*", Second Edition, 2008, Pp. 3–46. Malden : Blackwell .

keragaman budaya di masyarakat lokal. Seperti misalnya penyebaran budaya populer atau *pop culture* seperti film, musik, atau literatur.

1.9 Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk menganalisis dan mengumpulkan data. Menurut Creswell dalam bukunya yang berjudul *Research Design, Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*, pendekatan kualitatif dapat menjelaskan *phenomenological research*, yang merupakan esensi dari pengalaman manusia dalam memahami suatu fenomena²⁸. Penelitian kualitatif juga menekankan pada pentingnya pemahaman tentang makna dari perilaku manusia dalam konteks sosial, politik, dan budaya. Metode yang digunakan bersifat deskriptif dan analisis yang bersifat penelitian narasi dengan eksplorasi terhadap suatu fenomena, menggunakan teori dari adanya suatu fenomena sosial atau perilaku, juga studi kasus²⁹.

Teknik yang digunakan dalam memahami kasus adalah studi literatur dengan menggunakan buku-buku, jurnal dan juga menggunakan studi internet. Internet akan digunakan untuk mengakses sumber-sumber seperti berita, artikel, dan jurnal. Situs

²⁸ John W. Creswell, *Research Design, Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*, Edisi ke-4, SAGE Publications, (2014):15.

²⁹ *Ibid* hal 12.

merupakan sumber data yang dapat dianggap sebagai bahan potensial untuk membantu menganalisa suatu fenomena³⁰.

Juga, data penelitian fokus dilakukan dengan melihat dinamika media sosial, khususnya pada aktivitas *Twitter* dengan data yang berkaitan dengan penelitian terhadap studi kasus yang dipilih yaitu BTS. Creswell memaparkan bahwa penelitian yang berbasis studi kasus memiliki fokus terhadap spesifikasi kasus dalam suatu kejadian yang mencakup individu, budaya, kelompok, atau suatu kehidupan³¹

1.10 Sistematika Pembahasan

Penelitian ini dibagi kedalam empat bagian;

Bab I adalah penjabaran terkait latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian serta didalam bab pertama dijelaskan teori dan konsep yang digunakan pada bagian kerangka pemikiran. Pada akhir bab pertama dijelaskan metode penelitian, teknik pengumpulan data, hingga sistematika penulisan.

Bab II melihat budaya-budaya yang ada di Amerika Serikat, seberapa bangganya masyarakat Amerika Serikat dengan budayanya, penyebaran budaya Amerika Serikat dan bagaimana dengan adanya globalisasi, budaya tersebut dapat menciptakan sebuah budaya yang homogen.

³⁰ Umar Suryadi Bakry, "Metode Penelitian Hubungan Internasional", (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016), hal. 176.

³¹ John W. Creswel, *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Tradition*. (London: SAGE Publications, 1998), hal. 37-38.

Bab III melihat bagaimana pemanfaatan akun *Twitter* dan perkembangan *new power community* dalam memperluas heterogenitas budaya musik di Amerika Serikat dengan melihat contoh kasus BTS.

Bab IV disajikan kesimpulan analisis dalam upaya menjawab pertanyaan penelitian dari keseluruhan bab.