BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan industri film di era digital menunjukkan pergeseran besar dalam penyampaian informasi, dari metode tradisional ke platform digital yang berbasis media sosial. Sebagai bagian dari industri kreatif, film tidak hanya dituntut untuk menghadirkan kualitas produksi yang baik, tetapi juga memerlukan penyebaran informasi yang mampu menjangkau dan menarik perhatian khalayak secara luas. Film tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai sarana komunikasi yang menyampaikan pesan kepada khalayak (Husna et al., 2025).

Perkembangan komunikasi digital telah mengubah cara industri hiburan dalam menjangkau khalayak. Media sosial kini menjadi saluran utama dalam penyebaran informasi, termasuk informasi mengenai film. Hal ini sejalan dengan Penefaho (2023) yang menyatakan bahwa industri perfilman semakin memanfaatkan media sosial sebagai sarana penyebaran informasi untuk menjangkau khalayak secara lebih tepat, cepat, dan efisien.

Perubahan tersebut menunjukkan bahwa penyebaran informasi mengenai film tidak lagi hanya bergantung pada media tradisional seperti televisi, radio, dan media cetak, tetapi telah bergeser ke media sosial yang bersifat interaktif (Xie, 2023). Dalam media sosial, proses penyebaran informasi tidak hanya dilakukan oleh rumah produksi, tetapi juga melibatkan partisipasi pengguna dalam menyebarkan informasi melalui berbagai bentuk konten digital. Keberhasilan penyebaran informasi mengenai sebuah film tidak hanya ditentukan oleh informasi

yang disampaikan oleh pihak produsen, tetapi juga oleh bagaimana khalayak pengguna ikut berperan dalam menyebarkan dan memperkuat informasi tersebut di ruang digital.

Salah satu platform media sosial yang banyak digunakan dalam penyebaran informasi adalah TikTok. Salahuddin (2024) menjelaskan bahwa TikTok semakin menjadi ruang penting untuk berbagi dan menemukan informasi, terutama di kalangan pengguna muda. Selain itu, pengguna TikTok tidak hanya berperan sebagai penerima informasi, tetapi juga dapat menciptakan dan menyebarkan informasi melalui konten yang mereka produksi.

Contoh pemanfaatan media sosial dalam penyebaran informasi mengenai film dapat dilihat melalui akun TikTok @kpopdemonhuntersnetflix. Akun TikTok tersebut memiliki 909 ribu pengikut (*followers*), 150 unggahan (*posts*), dan 10 juta suka (*like*) sejak unggahan pertama pada 12 Agustus 2025 hingga 18 September 2026. Tingginya jumlah pengikut, unggahan, dan interaksi tersebut menunjukkan adanya aktivitas penyebaran informasi yang cukup intensif melalui platform TikTok. Penyebaran informasi mengenai sebuah film tidak hanya ditentukan oleh informasi yang disampaikan oleh pihak produsen, tetapi juga oleh bagaimana khalayak pengguna ikut berperan dalam menyebarkan dan memperkuat informasi tersebut di ruang digital.

Karakteristik TikTok yang berbasis video pendek, didukung oleh algoritma rekomendasi seperti *For You Page* (FYP), memungkinkan suatu konten menyebar dengan cepat dan berpotensi menjadi viral. Selain itu, fitur interaktif seperti *repost*, *like*, *comment*, dan *share* memperkuat keterlibatan pengguna dalam proses penyebaran konten.

Salah satu fenomena yang menarik dalam konteks ini adalah film animasi "K-pop Demon Hunters" yang disutradarai oleh Maggie Kang dan Chris Appelhans. Film ini memperoleh perhatian besar di media sosial, khususnya TikTok, yang menunjukkan adanya keterkaitan antara penyebaran informasi melalui media sosial dan tingkat popularitas film.

Keberhasilan film ini tercermin dari capaian lebih dari 600 juta penayangan secara global sejak dirilis pada 20 Juni 2025 hingga 18 Juni 2026. Film ini juga menjadi film orisinal Netflix paling populer sepanjang sejarah, dengan peringkat 10 besar di 93 negara dan menempati posisi nomor 1 di 76 negara (About Netflix, 2026). Pencapaian ini menunjukkan tingginya jangkauan distribusi konten melalui platform digital.

Selain itu, film ini juga meraih berbagai penghargaan bergengsi, termasuk Piala Oscar untuk *Best Animated Feature* dan *Best Original Song* untuk lagu "Golden" pada Academy Awards ke-98 (BBC News, 2026). Hal ini memperkuat posisi "K-pop Demon Hunters" sebagai salah satu film animasi yang sukses secara global.

Fenomena menarik lainnya adalah tingginya aktivitas pengguna TikTok dalam membuat konten terkait film ini, seperti membuat konten menggunakan musik, potongan adegan, maupun berbagai bentuk konten kreatif lainnya berdasarkan film animasi "K-pop Demon Hunters". Aktivitas tersebut menunjukkan bahwa pengguna TikTok tidak hanya menerima informasi yang disampaikan melalui akun resmi, tetapi juga dapat berpartisipasi dalam membentuk dan menyebarkan konten yang berkaitan dengan film. Keterlibatan pengguna

tersebut dapat memperluas eksposur informasi mengenai film dan mendukung proses penyebaran konten di media sosial.

Salah satu publik figur yang turut memberikan perhatian terhadap film animasi “K-pop Demon Hunters” adalah Jay, anggota grup Enhypen asal Korea Selatan. Selain itu, penyanyi asal Amerika Serikat, Kelly Clarkson, turut memberikan perhatian terhadap film tersebut melalui cover lagu “What It Sounds Like”. Keterlibatan publik figur tersebut turut memperluas eksposur konten dan musik dari film animasi “K-pop Demon Hunters” di media sosial, sehingga berpotensi meningkatkan perhatian dan partisipasi khalayak terhadap informasi mengenai film.

Ini menunjukkan bahwa pengguna tidak hanya bertindak sebagai konsumen, tetapi juga sebagai produsen konten yang membantu memperluas penyebaran informasi mengenai film. Berdasarkan penelitian Salahuddin (2024), TikTok memungkinkan penyebaran informasi melalui konten kreatif berbasis video yang dapat ditiru dan disebarkan oleh pengguna lain, sehingga menciptakan efek viral dalam penyebaran informasi digital.

Meskipun film ini berhasil memperoleh popularitas yang tinggi, fenomena keberhasilan penyebaran informasi film animasi “K-pop Demon Hunters” melalui TikTok menimbulkan pertanyaan mengenai bagaimana penyebaran informasi yang diterapkan dapat menghasilkan penyebaran konten yang begitu luas dan cepat.

Aspek pembeda dalam penelitian ini terletak pada analisis penyebaran informasi film animasi “K-pop Demon Hunters” melalui akun TikTok @kpopdemonhuntersnetflix dengan menggunakan perspektif Teori Difusi Inovasi. Penelitian ini tidak hanya berfokus pada konten informasi yang diunggah oleh akun

resmi, tetapi juga menganalisis bagaimana partisipasi pengguna dan interaksi digital lainnya berperan dalam proses penyebaran informasi hingga menjadi viral di TikTok.

Penelitian ini penting dilakukan untuk memahami bagaimana penyebaran informasi melalui media sosial, khususnya TikTok, dapat mendukung penyebaran informasi mengenai sebuah film di era digital. Dalam industri perfilman yang semakin kompetitif, penyebaran informasi yang efektif menjadi faktor penting dalam menarik perhatian khalayak. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana TikTok digunakan sebagai media penyebaran informasi film animasi "K-pop Demon Hunters" dengan pendekatan Teori Difusi Inovasi, serta mengidentifikasi proses penyebaran informasi dan keterlibatan pengguna dalam mendukung penyebaran dan popularitas film tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana penyebaran informasi film animasi "K-pop Demon Hunters" melalui akun TikTok @kpopdemonhuntersnetflix?

1.3 Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini adalah bagaimana media sosial TikTok digunakan sebagai penyebaran informasi film animasi "K-pop Demon Hunters" dengan menerapkan teori difusi inovasi, yaitu inovasi, saluran komunikasi, waktu, dan sistem sosial dalam kurun waktu Oktober 2025 – Januari 2026 pada akun TikTok @kpopdemonhuntersnetflix.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penyebaran informasi film animasi "K-pop Demon Hunters" melalui akun TikTok @kpopdemonhuntersnetflix.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

   Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan kajian ilmu komunikasi, khususnya pada bidang komunikasi digital dan penyebaran informasi melalui media sosial. Penelitian ini menggunakan Teori Difusi Inovasi yang dikemukakan oleh Everett M. Rogers untuk menganalisis proses penyebaran informasi dan konten mengenai film melalui platform TikTok. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian mengenai penerapan Teori Difusi Inovasi dalam konteks media sosial, khususnya dalam penyebaran informasi film melalui akun TikTok @kpopdemonhuntersnetflix. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi akademik bagi penelitian selanjutnya yang membahas proses difusi informasi, konten yang dihasilkan pengguna, partisipasi khalayak, serta penyebaran konten viral melalui media sosial.

2. Manfaat Praktis

   Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pelaku industri kreatif, khususnya produser film dan pengelola media digital, dalam merancang dan mengembangkan penyebaran informasi film

melalui TikTok secara organik tanpa bergantung pada iklan berbayar. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai pemanfaatan konten kreatif, interaksi pengguna, dan partisipasi khalayak pengguna dalam memperluas jangkauan penyebaran informasi film di media sosial. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi kreator konten dan pengelola akun media sosial dalam memanfaatkan karakteristik TikTok untuk meningkatkan keterlibatan khalayak pengguna serta mendukung penyebaran informasi mengenai film secara lebih luas.