

Interaksi Penggemar EXO Dalam Akun Twitter @aeribase Pada Postingan Berita Hoax Oh Sehun

Oleh:

Shafa Tustika Andaru

Nur Maghfirah Aesthetika

Progam Studi

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Mei, 2023

Pendahuluan

New media merupakan media yang saat ini diandalkan oleh masyarakat karena media baru memiliki kemampuan yang sangat luas dalam memberikan akses informasi. Media sosial merupakan media baru yang digunakan sebagai sarana menciptakan pertemanan sosial secara online di internet (Mardiana&Zi'ni, 2020).

Dalam laporan We are Social pada Januari 2023, pengguna aktif media sosial yang tersebar di Indonesia berjumlah 167 juta orang. Jumlah tersebut setara dengan 60,4% populasi dalam negeri.

Pendahuluan

Salah satu dampak yang muncul dari new media adalah Korean wave. Industri K-Pop saat ini bias dikatakan berhasil dalam menggunakan media sosial seperti digunakan sebagai media promosi yang akhirnya dapat mempertahankan eksistensinya di dunia entertainment.

Selain menjadi sarana menyampaikan informasi, media sosial juga menjadi sarana untuk menjalin interaksi. Penggemar K-Pop sebagian besar mempunyai forum khusus untuk melakukan sharing. Gillin dan Gillin (1982), menjelaskan tentang proses interaksi sosial yang dibagi menjadi dua yaitu proses asosiatif dan proses disosiatif. Proses asosiatif mengarah pada sifat positif, sedangkan disosiatif mengarah pada sifat negatif (Soekano,2013).

Pertanyaan Penelitian (Rumusan Masalah)

- Bagaimana proses interaksi sosial yang terjadi sesama penggemar EXO di media sosial Twitter pada akun @aeribase pada postingan berita hoax Oh Sehun?

Metode

- Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan menggunakan paradigma konstruktivisme. Metode penelitian yang digunakan adalah netnografi.

Hasil

- Teori interaksi sosial menurut Gillin dan Gillin (1982) dibagi menjadi dua yaitu proses asosiatif dan juga proses disosiatif. Proses interaksi yang dihasilkan sifatnya positif.
- Hasil penelitian menunjukkan adanya proses asosiatif dan disosiatif oleh penggemar EXO di media sosial Twitter pada akun @aeribase. Proses asosiatifnya adanya kerja sama, akomodasi, serta asimilasi. Sedangkan disosiatifnya adanya kontroversi yang dilakukan oleh oknum penggemar atau fake fans.

Pembahasan

Asosiatif: pertama asimilasi, dengan adanya asimilasi penggemar dapat berinteraksi dengan leluasa dengan penggemar lainnya dan juga dapat memperoleh informasi terkait pemberitaan EXO. Kedua kerjasama, kerjasama antar penggemar dengan cara mendukung Sehun dan juga menenggelamkan pemberitaan hoax. Ketiga akomodasi, akomodasi memunculkan sifat toleransi.

Pembahasan

Disosiatif : terjadinya disosiatif juga dikarenakan adanya interaksi negatif karena fake fans dan juga pengabdian solo stan yang hanya menyukai salah satu member dan sering berkomentar dan juga berlaku negatif yang mengakibatkan perpecahan fandom

Temuan Penting Penelitian

Peneliti menemukan adanya dua interaksi sosial asosiatif dan disosiatif yang dilakukan EXO-L dalam melakukan proses interaksi terkait pemberitaan hoax yang dialami oleh seahun.

Manfaat Penelitian

a) Teoritis

Penelitian ini berguna untuk akademik digunakan sebagai bahan studi dan juga diharapkan dapat memberikan kontribusi perkembangan keilmuan komunikasi di bidang kajian media.

b) Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi serta wawasan untuk khalayak melalui media sosial.

Referensi

- [1] Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, 3rd ed. Banten: Universitas Terbuka, 1999.
- [2] N. M. Armando, *Psikologi Komunikasi*, Edisi 2. Universitas Terbuka, Tangerang Selatan, 2018.
- [3] Sugiyo, *Komunikasi Antar Pribadi*. UNNES Press, Semarang, 2005.
- [4] R. J. Brym and R. L. Lenton, "Love online: A report on digital dating in Canada," *MSN. ca, Febr.*, vol. 6, no. January 2001, pp. 1–56, 2001, [Online]. Available: <https://www.researchgate.net/publication/237605184%0Ahttp://www.corante.com/dating/files/loveonline.pdf>
- [5] P. Dari Molyo and F. Maulidah, "ATRAKSI INTERPERSONAL PADA KOMUNITAS BEDA AGAMA," vol. 4, no. 1. 2018.
- [6] Y. E. Gea, H. H. Anward, and N. Erlyani, "PERANAN ATRAKSI INTERPERSONAL TERHADAP PERILAKU PRO-LINGKUNGAN WARGA ROLE OF INTERPERSONAL ATTRACTION OF BEHAVIOR PRO-ENVIRONMENTAL CITIZEN."
- [7] G. Kurniati, "Pengelolaan Hubungan Romantis Jarak Jauh: Studi Penetrasi Sosial Pasangan yang Terpisah Jarak Geografis."
- [8] I. Lenaini and R. Artikel, "TEKNIK PENGAMBILAN SAMPEL PURPOSIVE DAN SNOWBALL SAMPLING INFO ARTIKEL ABSTRAK," vol. 6, no. 1. pp. 33–39, 2021. doi: 10.31764/historis.vXiY.4075.
- [9] R. M. Montoya and R. S. Horton, "On the Importance of Cognitive Evaluation as a Determinant of Interpersonal Attraction," *Journal of Personality and Social Psychology*, vol. 86, no. 5. pp. 696–712, May 2004. doi: 10.1037/0022-3514.86.5.696.
- [10] Robert V. Kozinets, *Netnography: Doing ethnographic research online*, vol. 29, no. 2. 2010. doi: 10.2501/S026504871020118X.
- [11] R. Singh, A. Goh, K. Sankaran, and N. Bhullar, "Similarity and liking effects on interpersonal attraction: Test of the two-dimensional trust-respect model," *Psychologia*, vol. 59, no. 1. Psychologia Society, pp. 1–18, 2016. doi: 10.2117/psysoc.2016.1.

