

Weverse Sebagai Media Komunikasi Penggemar Boygroup Treasure

Oleh:

Riska Adityarani,

Kukuh Sinduwiatmo

Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Mei, 2023

Pendahuluan

Media sosial kini mengambil peranan besar dalam kegiatan interaksi dan komunikasi. Media sosial bersifat memiliki jangkauan yang luas serta kemudahan dan murah akses, media sosial memfasilitasi kegiatan interaksi dan komunikasi secara virtual yang tidak terbatas oleh ruang dan waktu. Bahkan dapat digunakan untuk menjalin hubungan baik tidak hanya dengan teman dekat namun juga dengan tokoh-tokoh tertentu seperti pemerintah, idola, dan lain-lain.

Pendahuluan

Media sosial dapat menjadi sebuah layanan dengan koneksi internet yang menjadi wadah bagi manusia untuk berkarya, hiburan, menyampaikan ide dan komentar, serta menjadi wadah untuk menerangkan sebuah peristiwa yang terjadi

Salah satu media sosial yang diciptakan untuk menjembatani interaksi dan komunikasi penggemar dengan idolanya adalah Weverse. Weverse memenuhi kebutuhan interaksi dan komunikasi secara virtual bagi penggemar yang sulit dilakukan di dunia nyata dengan idol K-Pop dan penggemar lainnya.

Pendahuluan

Media komunikasi merupakan sebuah penghubung untuk menyampaikan pesan atau informasi dari pemberi pesan kepada komunikan supaya efektif dalam menyebarkan suatu informasi

Bagi penggemar idol K-Pop tidak mudah untuk dapat menjalin komunikasi yang baik dengan idolnya melalui media sosial, sebab tidak hanya penggemar saja tetapi banyak anti-fan yang juga menggunakan media sosial tersebut sehingga membuat idol K-Pop dan penggemar harus berhati-hati dalam mengunggah suatu konten media.

Sedangkan jika menggunakan aplikasi fandom, idol K-Pop maupun penggemar bisa berkomunikasi secara bebas tanpa perlu khawatir akan tanggapan publik karena mereka berada dalam fandom yang sama.

Pertanyaan Penelitian (Rumusan Masalah)

Yang menjadi fokus dan rumusan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Weverse sebagai media komunikasi penggemar boygroup Treasure.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan 2 tahap yaitu data primer dan sekunder. Pengumpulan data primer menggunakan teknik observasi dan wawancara secara mendalam dengan 4 informan. Pengumpulan data sekunder berupa data dari jurnal, buku, internet yang sesuai dengan topik penelitian

Hasil

Weverse dapat dikatakan berperan baik sebagai media komunikasi bagi penggemar Treasure karena dinilai menjadi paket lengkap sebagai media komunikasi baik penggemar dengan anggota Treasure maupun penggemar dengan penggemar.

Komunikasi terasa lebih intim sebab semua unggahan dan balasan yang dikirimkan oleh anggota Treasure berasal dari anggota Treasure itu sendiri. Lewat unggahan media yang dikirimkan oleh anggota Treasure penggemar dapat merasakan kehadiran mereka ditengah kesibukan jadwal sebagai seorang idol. Setiap unggahan tentang keseharian anggota Treasure merefleksikan keterbukaan mereka terhadap penggemar.

Hasil

Disisi lain interaksi dan komunikasi antara penggemar dengan anggota Treasure, Weverse membantu mereka dalam mendapatkan banyak teman baru yang juga menyukai K-Pop dan Treasure. Karena berada dalam fandom yang sama, penggemar merasakan kedekatan sehingga tidak ragu untuk saling memberikan dukungan disamping kegiatan mereka untuk mendukung Treasure. Weverse digunakan penggemar untuk saling berbagi cerita, perasaan dan masalah yang sedang dihadapi.

Pembahasan

Peranan Weverse sebagai media komunikasi:

A. Dapat saling berinteraksi dengan anggota Treasure maupun dengan penggemar Treasure dari berbagai Negara.

Beberapa fitur yang dapat digunakan untuk berkomunikasi, diantaranya:

- (1) Fitur *post*, komunikasi dapat dimulai oleh anggota Treasure maupun penggemar.
- (2) Fitur kolom komentar/*comment*. Kolom komentar mereka gunakan untuk memberikan reaksi atau pertanyaan tergantung
- (3) Fitur siaran langsung/*live streaming*. Fitur ini hanya dapat digunakan oleh idol, *live streaming* biasanya dimulai untuk memperingati hari ulang tahun anggota Treasure, merayakan *anniversary* debut, dan secara random pada hari biasa yang dapat diketahui lewat notifikasi Weverse.

Pembahasan

B. Peranan Weverse dalam interaksi dan komunikasi

Komunikasi yang terjadi antara penggemar dan anggota Treasure cukup intens dan membuat penggemar merasa lebih dekat dengan anggota Treasure. Weverse digunakan penggemar untuk saling memberi semangat karena Weverse bisa menjadi wadah untuk berbagi cerita bagi penggemar yang merasa sedih dan membutuhkan dukungan maupun motivasi sehingga penggemar lain yang tahu akan memberikan dukungan lewat kolom komentar. Weverse membantu dalam mendapatkan teman baru lewat komunikasi yang terjadi melalui kolom komentar

Temuan Penting Penelitian

Weverse menjadi salah satu media sosial yang memfasilitasi interaksi dan komunikasi penggemar dengan anggota Treasure maupun dengan penggemar lain. Fitur-fitur Weverse yang berperan penting dalam terlaksananya interaksi dan komunikasi. Peranan Weverse memberikan keuntungan bagi penggemar yaitu dapat mendapatkan teman baru yang sama-sama memhyukai Treasure.

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] T. Liedfray, F. J. Waani, and J. J. Lasut, 'Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara', vol. 2, p. 13, 2022.
- [2] C. S. Feroza and D. Misnawati, 'PENGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA AKUN @YHOOPHII_OFFICIAL SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DENGAN PELANGGAN', vol. 14, no. 1, 2020.
- [3] C. Valenciana and J. K. K. Pudjibudojo, 'Korean Wave; Fenomena Budaya Pop Korea pada Remaja Milenial di Indonesia', *J. Divers.*, vol. 8, no. 2, pp. 205–214, Dec. 2022, doi: 10.31289/diversita.v8i2.6989.
- [4] A. R. Rinata and S. I. Dewi, 'FANATISME PENGGEMAR KPOP DALAM BERMEDIA SOSIAL DI INSTAGRAM', *Interak. J. Ilmu Komun.*, vol. 8, no. 2, p. 13, Dec. 2019, doi: 10.14710/interaksi.8.2.13-21.
- [5] F. Oktaviani, 'PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI KOMUNITAS KPOP', *J. Penelit. Komun.*, vol. 2.
- [6] R. Purba and N. Solekhah, 'Kesetiakawanan Fans K-Pop di Era Digital', 2020, [Online]. Available: <https://ejournal.kemensos.go.id/index.php/mediainformasi/article/view/2149>
- [7] N. A. J. Amanda, 'ANALISIS FENOMENA FANDOM K-POP DALAM KAJIAN HUBUNGAN PARASOSIAL: LITERATUR REVIEW', vol. 5, no. 2, 2022.
- [8] Universitas Gadjah Mada Indonesia and N. P. A. Lainsyampatty, 'Konstruksi Identitas dan Relasi Interpersonal oleh Roleplayer Artis K-Pop di Twitter', *J. Komun.*, vol. 10, no. 2, pp. 197–213, Dec. 2021, doi: 10.33508/jk.v10i2.3218.
- [9] A. Z. Tofani, 'Weverse Sebagai Sarana Komunikasi Fans Dengan Idol (Studi Pada Interaksi Seventeen Dan Carat)', vol. 1, 2023.
- [10] R. V. Santoso, 'EFEKTIVITAS PERAN MEDIA APLIKASI DIGITAL WEVERSE BOYBAND BANGTAN SONYEONDAN (BTS) TERHADAP PEMBENTUKAN LITERASI DIGITAL PADA SISTEM SOSIAL PARA ARMY (PENGGEMAR)'.

Referensi

- [11] P. M. Yusup, *Ilmu informasi, komunikasi, dan kepastakaan*, Cet. 1. Jakarta: Bumi Aksara, 2000.
- [12] R. West and L. H. Turner, *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*, 5th ed. Jakarta: Salemba Humanika, 2017.
- [13] H. Karunia H, N. Ashri, and I. Irwansyah, 'Fenomena Penggunaan Media Sosial : Studi Pada Teori Uses and Gratification', *J. Teknol. Dan Sist. Inf. Bisnis*, vol. 3, no. 1, pp. 92–104, Jan. 2021, doi: 10.47233/jteksis.v3i1.187.
- [14] R. I. Marchellia and C. Siahaan, 'PERANAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI REMAJA PENGGEMAR KPOP', *JRK J. Ris. Komun.*, vol. 13, no. 1, p. 65, Jun. 2022, doi: 10.31506/jrk.v13i1.14737.
- [15] A. R. Savitri, M. A. Wafa, and S. Sadiqin, 'TWITTER SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI (STUDI CONTENT ANALYSIS PENGGEMAR K-POP PADA KOMUNITAS ONCE KALIMANTAN SELATAN)'
- [16] K. R. Yuniasti, 'Pemanfaatan Akun Twitter @ARMYTEAMIID Sebagai Media Komunikasi Di Kalangan Fans BTS (ARMY)', *J. Penelit. Dan Komun. Pembang.*, vol. 25, no. 2, Oct. 2021, doi: 10.46426/jp2kp.v25i2.168.
- [17] Afnibar and D. Fahjhriani N., 'PEMANFAATAN WHATSAPP SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI ANTARA DOSEN DAN MAHASISWA DALAM MENUNJANG KEGIATAN BELAJAR (Studi terhadap Mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang)', 2020.
- [18] Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Lampung, R. Nabilla, T. Kartika, and Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Lampung, 'WhatsApp Grup Sebagai Media Komunikasi Kuliah Online', *J. Interak. J. Ilmu Komun.*, vol. 4, no. 2, pp. 193–202, Jul. 2020, doi: 10.30596/interaksi.v4i2.4595.
- [19] R. Y. Pratiwi and S. Hastarjo, 'MOTIF DAN KEPUASAN K-POPERS DALAM BERMEDIA SOSIAL INSTAGRAM'.

