

## Weverse Sebagai Sarana Komunikasi Fans Dengan Idol (Studi Pada Interaksi Seventeen Dan Carat)

Ainun Zakiah Tofani<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

<sup>1</sup> korespondensi : ainun.tofani21@gmail.com

### ABSTRACT

*This paper discusses the interaction between idols and fans through the Weverse fandom application, with the aim of knowing how the interaction and communication occurs. This research uses the concept of verbal communication with the theory of Computer Mediated Communication (CMC) asynchronous communication type. The method used in this research is qualitative with a netnographic approach. The data collection technique used in this research is observation and documentation conducted on online interactions that occur between Seventeen and their fans, namely Carat through the Weverse fandom application. The results of this research indicate that through Weverse idols and fans interact and communicate about their idol activities and their personal lives which makes them feel more connected to each other.*

*Keywords: Online Intraction, Online Communication, Weverse, Seventeen, Carat*

### ABSTRAK

*Tulisan ini membahas mengenai interaksi antara idol dengan penggemar yang dilakukan melalui aplikasi fandom Weverse, dengan tujuan mengetahui bagaimana interaksi serta komunikasi tersebut terjadi. Pada penelitian ini menggunakan konsep komunikasi verbal dengan teori Computer Mediated Communication (CMC) tipe asynchronous communication. Metode yang digunakan pada penelitian ini ialah Kualitatif dengan pendekatan netnografi. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini ialah dengan observasi dan dokumentasi yang dilakukan pada interaksi online yang terjadi antara Seventeen dengan penggemar mereka yaitu Carat melalui aplikasi fandom weverse. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa melalui Weverse idol dan penggemar berinteraksi dan berkomunikasi mengenai kegiatan idol mereka maupun kehidupan pribadi mereka yang mana membuat mereka merasa lebih terhubung antara satu sama lain.*

*Kata Kunci: Interaksi Online, Komunikasi Online, Weverse, Seventeen, Carat*

### Pendahuluan

Idol merupakan sebutan bagi para musisi asal Korea Selatan. Berbeda dengan penyanyi solo, *influencer*, *dancer* ataupun *artist* lainnya, seorang idol merupakan *artist* yang dituntut untuk memiliki banyak talenta dan menguasai banyak hal terutama menari dan bernyanyi secara bersamaan. Tidak mudah bagi seseorang untuk bisa menjadi idol, karena untuk bisa debut sebagai idol mereka harus menjalani

masa pelatihan terlebih dahulu (*trainee*). Tetapi meskipun sudah menjadi *trainee* tidak dapat menjamin seseorang dapat melakukan debut sebagai idol. Banyak di antaranya yang harus berpindah – pindah agensi untuk bisa melakukan debut dan menjalani masa *trainee* yang panjang sebelum akhirnya bisa debut menjadi idol seperti G-Dragon yang harus menjalani masa *trainee* selama 11 tahun di YG Entertainment sebelum akhirnya bisa debut

bersama BigBang, Jihyo yang harus menjalani 10 tahun sebagai trainee dari JYP Entertainment sebelum debut bersama anggota Twice lainnya dan Miyeon (G)I-DLE yang harus menjadi seorang trainee selama 8 tahun di beberapa agensi hingga akhirnya bergabung dan debut bersama anggota grup nya saat ini (Baharuddin, 2021).

Meskipun sudah melakukan debut, tidak ada jaminan bagi idol akan mendapatkan popularitas ataupun ke suksesan. Pada masa *rookie* (masa awal debut idol), mereka harus berusaha untuk menarik perhatian publik dan mengajak publik untuk bergabung sebagai penggemar mereka. Semakin berkembangnya jaman, cara idol untuk memikat perhatian publik semakin beragam. Saat ini banyak idol yang memiliki banyak keterampilan, bakat yang unik dan image diri yang menarik agar lebih mudah diingat dan dapat bertahan dalam persaingan yang ketat tersebut.

Diluar dari bakat dan karakter yang mereka miliki, idol harus bisa menjalin hubungan baik dengan para penggemar agar tercipta kepercayaan dan hubungan baik antara idol dan penggemar dalam waktu yang lama. Seperti pada hubungan lainnya, komunikasi juga merupakan kunci dari hubungan antara idol dengan penggemar. Komunikasi yang dilakukan oleh idol tidak hanya komunikasi secara langsung, melainkan juga secara virtual. Terlebih dengan penggemar global yang sulit bagi mereka untuk dapat bertemu secara langsung.

Biasanya, idol melakukan komunikasi melalui media sosial seperti melakukan siaran langsung, ataupun membuat konten khusus untuk para penggemarnya. Dengan menggunakan komputer dan internet sebagai perantara, komunikasi yang terjadi tersebut termasuk kedalam teori *Computer Mediated Communication* (CMC). Yaitu teori yang dapat menjelaskan mengenai perkembangan yang terjadi antara media sosial dan internet saat ini. Karena teori tersebut merupakan istilah mengenai komunikasi yang dilakukan antara dua orang atau lebih melalui perantara komputer yang berbeda (Arnus, 2015). Tetapi bukan berarti dua komputer atau lebih saling berinteraksi, melainkan bagaimana dua orang atau lebih berkomunikasi satu dengan lainnya dengan memanfaatkan komputer sebagai perantara melalui program aplikasi yang ada pada komputer tersebut. Seperti interaksi yang terjadi ketika Mingyu (member Seventeen) mengunggah sebuah foto dengan pesan singkat untuk penggemarnya pada media sosial pribadinya, yang kemudian dibalas oleh Carat (penggemar Seventeen) dengan respon tertulis pada kolom komentar unggahan tersebut yang nantinya dapat dilihat oleh Mingyu. Interaksi dan komunikasi yang terjadi tersebut dapat terjadi dengan adanya komputer dan internet sebagai perantara.

Tidak hanya melalui media sosial yang umumnya digunakan seperti instagram, twitter, ataupun facebook, idol dan penggemar biasanya juga berkomunikasi melalui berbagai *platform* yang dibuat khusus untuk idol dan

penggemar (Aplikasi Fandom). Seperti aplikasi Vlive yang merupakan aplikasi layanan live streaming, Bubble by Dear U dan LYSN yang merupakan aplikasi chat berbayar, maupun Weverse yang merupakan platform seperti media social khusus idol dengan penggemar. Berbeda dengan media sosial lainnya, melalui media yang dibuat khusus untuk idol dan penggemar tersebut akan menciptakan suasana komunikasi yang lebih nyaman bagi idol maupun penggemar karena mereka dapat dengan bebas berkomunikasi tanpa ragu ataupun khawatir akan respon dari anti-fans ataupun khalayak publik lainnya.

Weverse sendiri merupakan aplikasi fandom dengan banyak fitur yang dibuat oleh Hybe Corporation. Dikembangkan oleh anak perusahaan teknologi Hybe, Weverse Company (yang sebelumnya beNX) dan resmi diluncurkan sejak tanggal 10 Juni 2019, (Saldyni, 2021) adalah aplikasi seluler dan platform web Korea yang dibuat oleh agensi hiburan Korea Selatan Hybe Corporation (yang sebelumnya BigHit Entertainment). Aplikasi tersebut dirancang khusus untuk penggemar agar bisa berinteraksi dengan idol nya, memiliki berbagai fitur yang dapat digunakan oleh penggemar secara gratis dan konten yang dapat diakses secara gratis maupun berbayar, seperti video pendidikan dan hiburan, fitur untuk berkomunikasi secara langsung, hingga tempat untuk mempublikasikan pernyataan resmi oleh Hybe (sebelumnya Big Hit Entertainment) terkait artis nya. Weverse secara rutin dan bergilir juga memberikan

membagikan hasil interview dan foto yang dilakukan oleh artis yang bergabung di dalamnya pada Weverse Magazine.

Awalnya Weverse hanya dapat digunakan oleh artis yang berada dibawah naungannya saja, tetapi setelah mengumumkan bahwa Hybe Corporation (yang sebelumnya BigHit Entertainment) resmi mengakuisisi beberapa agensi hiburan secara bergilir artis yang berada dalam naungannya mulai bergabung kedalam Weverse. Dan sejak bulan Oktober 2020 beberapa artis yang tidak berada dibawah naungan Hybe Labels (Sebutan untuk semua agensi yang berada dibawah Hybe Coporation) mulai bergabung kedalam Weverse yang dimulai oleh idol group rookie P1Harmony. Bahkan YG Entertainment yang mana juga merupakan agensi hiburan terbesar di Korea Selatan mulai memasukan artis nya kedalam Weverse yang dimulai dari idol grup *rookie* nya yaitu TREASURE pada bulan Maret 2021 yang kemudian diikuti oleh IKON, WINNER dan BLACKPINK. Selain artis K-pop kini beberapa artis yang bukan berasal dari industri musik Korea Selatan juga menggunakan Weverse, seperti Max, New Hope Club, Jeremy Zucker dan lainnya.

Seventeen merupakan Boy Grup asal Korea Selatan dengan 13 anggota yang dibagi ke dalam 3 *sub-unit* berdasarkan spesialisasi keahlian masing-masing. Memiliki 3 leader yang bertanggung jawab di setiap *unit* nya, yaitu; Woozi *leader* dari *vocal unit* yang beranggotakan Seungkwan, DK, Joshua dan Jeonghan, S.coups sebagai *leader* dari hip-hop

*unit* yang beranggotakan Mingyu, Wonwo dan Vernon, serta Hoshi *leader* dari *performance unit* yang beranggotakan Dino, Jun, dan The8, tetapi secara keseluruhan, S.coups merupakan *leader* dari Seventeen. Grup yang dibentuk oleh Pledis Entertainment tersebut berarti "tujuh belas", yaitu gabungan dari 13 jumlah keseluruhan anggota mereka, 3 dari jumlah sub-unit, dan angka 1 yang berarti "kesatuan tim". Mereka debut pada tanggal 26 Mei 2015 dengan mini album "17 Carat" dan lagu berjudul "Adore U" sebagai title track (KpopFandom, 2022), Seventeen dikenal sebagai "*Self-producing idol*" karena keterlibatan anggotanya dalam penyusunan, pengembangan, dan pembuatan lagu serta koreografi.

Seventeen diumumkan akan bergabung kedalam Weverse sebelum Big Hit Entertainment resmi mengakuisisi Pledis Entertainment, melalui "2020 BIG HIT CORPORATE BRIEFING WITH THE COMMUNITY" yang diselenggarakan Big Hit Entertainment pada 4 Februari 2020 silam, dan resmi bergabung pada awal bulan Maret 2020. Bergabungnya Seventeen kedalam Weverse membuat Carat (nama penggemar Seventeen) merasa semakin dekat dengan idol mereka. Adapun permasalahan yang akan dibahas pada penelitian ini ialah mengenai bagaimana idol dan penggemar dapat berinteraksi dan berkomunikasi melalui aplikasi *fandom* Weverse dengan studi pada interaksi Seventeen dan Carat.

## Tinjauan Pustaka

Komunikasi yang paling sering terjadi antara idol dengan penggemar merupakan komunikasi secara *online* atau melalui sebuah media dengan menggunakan perangkat dan internet. Begitu pula komunikasi yang terjadi melalui Weverse, dengan menggunakan sebuah perangkat dan jaringan internet sebagai perantara, komunikasi antara idol dengan penggemar tersebut dapat terjadi. Komunikasi pada media weverse tersebut tergolong kedalam komunikasi verbal dengan teori komunikasi CMC tipe *asynchronous communication*. *Asynchronous communication* merupakan tipe komunikasi secara tertunda atau memerlukan waktu dalam prosesnya. Sedangkan yang dimaksud dengan komunikasi verbal adalah serangkaian penggunaan kata-kata untuk mengungkapkan perasaan, emosi, pemikiran, gagasan, fakta, data, dan informasi serta menjelaskannya, baik secara lisan maupun tulisan (DosenSosiologi.Com, 2020). Sehingga mengharuskan tokoh komunikasi tersebut bergantian peran menjadi pengirim dan penerima. Seperti ketika seorang Carat membuat postingan melalui Weverse dan memilih untuk membagikannya kepada Seventeen dan Carat lainnya, kemudian anggota Seventeen dan Carat lainnya yang saat itu melihat postingan tersebut memberikan balasan melalui fitur komentar pada postingan tersebut. Interaksi pada komunikasi tersebut membutuhkan waktu didalamnya, proses yang terjadi pun mengharuskan setiap orang yang

terlibat didalamnya menjadi pengirim dan penerima secara bergilir.

Sebagai landasan kerangka pemikiran dan perbandingan, penelitian yang relevan sangat diperlukan dalam pembuatan sebuah penelitian. Berdasarkan permasalahan yang akan dibahas berikut merupakan hasil penelitian yang relevan dengan penelitian ini;

- o **Mehrunnisa Salma Hanan. 2021. Interaksi Parasosial Antara Idola Dengan Penggemarnya (Studi Penggemar Boygroup K-Pop Seventeen). Universitas Muhammadiyah Surakarta.** Menggunakan metode penelitian kualitatif dengan wawancara mendalam dan observasi sebagai teknik pengumpulan data, pada penelitiannya ini membahas mengenai bagaimana CARAT memaknai interaksi parasosial yang tercipta dengan SEVENTEEN melalui situs media sosial hingga ada perasaan dekat dengan idolanya. Dan hasil pada penelitian tersebut menunjukkan bahwa Carat memiliki ikatan emosional dengan Seventeen dan memaknainya sebagai seseorang yang berharga bagi kehidupan mereka. Carat juga memandang Seventeen sebagai seorang teman yang perlu didukung dan tempat mereka menghibur diri.
- o **Eza Okta Afifah, Triarona Kusuma. 2019. Analisis Komunikasi Antar Penggemar "Seventeen" sebagai "Cyberfandom" di Twitter. STIKOM**

**London School of Public Relations. berasal dari pengamatan fenomena penggemar grup K-Pop Seventeen di Twitter.** Penelitian yang berdasarkan pengamatan pada fenomena penggemar grup K-Pop Seventeen yaitu Carat di Twitter dengan menggunakan teori CMC, teori media baru dan teori komunitas virtual dan menggunakan metode netnografi yang dilakukan dengan wawancara dan observasi online terhadap aktivitas akun Twitter penggemar Seventeen ini menunjukkan hasil bahwa pada Twitter para penggemar Seventeen saling bertukar informasi dan berkomunikasi dengan menggunakan fitur *tweet*, *reply*, *quote tweet*, *retweet* dan *direct message*.

- o **Lidwina Mutia Sadasri. 2021. Parasocial Relationship dengan Selebritas (Studi Kualitatif pada Praktik Penggunaan Fandom Applications). Universitas Gadjah Mada.** Hasil pada penelitian ini menunjukkan dominasi hubungan selebritas dan penggemar masuk ke dalam tahap entertainment-social dan intense-persona. Dengan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki untuk mengkonsumsi konten selebritas sebagai hiburan dan memosisikan selebritas sebagai sosok yang memenuhi perasaan romantis. Melalui Weverse, jarak menjadi aspek kuat dalam memelihara popularitas dan hubungan idola dengan

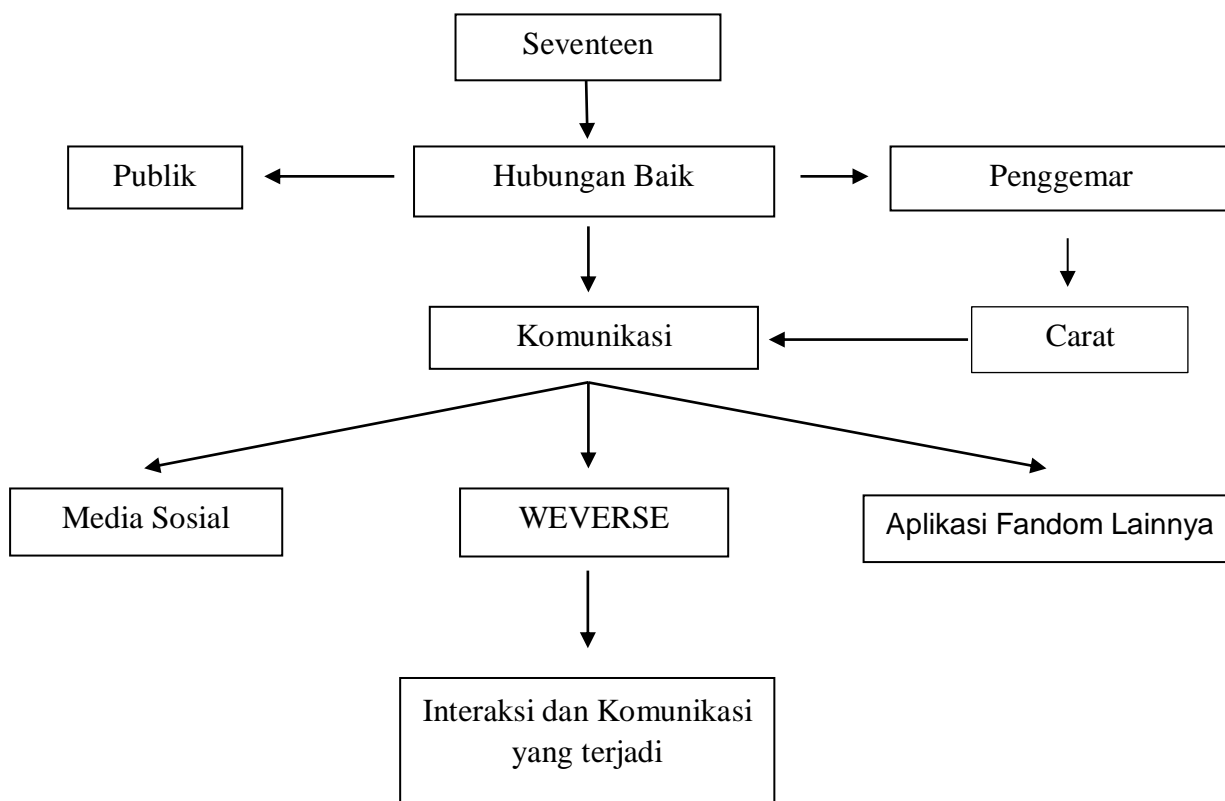
penggemar. Penulis mengkategorikan aplikasi *fandom* seperti Bubble dan Weverse sebagai *celebrity product surrogates*. Beralihnya perhatian penggemar mengenai update idol yang biasanya melalui media sosial daring hingga kini tertuju pada aplikasi *fandom* yang dengan sukarela memberikan notifikasi mengenai beragam konten yang “dirasa” disukai oleh penggemar. Hingga menimbulkan perasaan pentingnya menggunakan aplikasi *fandom* jika tidak mau ketinggalan update dari idola atau terkesan mendorong perasaan FOMO (Fear Of Missing Out).

Bagi penggemar K-Pop tidak mudah menjalin komunikasi yang baik melalui media

sosial dengan idol nya, karena tidak hanya penggemar tetapi juga banyak anti-fan yang menggunakan media sosial tersebut. Yang mana membuat idol maupun penggemar harus sangat berhati – hati dalam membuat sebuah unggahan. Sedangkan jika melalui aplikasi *fandom*, idol maupun penggemar dapat berkomunikasi secara leluasa tanpa perlu rasa khawatir berlebih terhadap tanggapan publik.

Weverse merupakan salah satu aplikasi *fandom* yang dapat digunakan sebagai media komunikasi dan penghubung antara idol dengan penggemar. Memiliki fitur yang berbeda dengan aplikasi *fandom* lainnya membuat para penggemar memilih untuk menggunakan Weverse, begitu pula dengan penggemar Seventeen yaitu Carat.

Gambar 1 ; Kerangka Pemikiran





## Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan metode penelitian netnografi. Menurut (Kozinets, 2002) pada (Evelina, 2018) netnografi adalah metodologi penelitian kualitatif yang digunakan untuk mempelajari budaya dan komunikasi pada suatu komunitas *online* yang dapat terjadi karena adanya komputer dan internet sebagai perantaranya (Computer Mediated Communications). Adapun teknik pengumpulan data pada penelitian ini ialah melalui observasi pada aplikasi Weverse. Dengan Seventeen dan Carat sebagai objek dan komunikasi serta interaksi diantaranya pada aplikasi fandom Weverse, observasi pada penelitian ini dimulai sejak tanggal 22 Juni 2022 hingga tanggal 25 Juni 2022 yang dilakukan di dalam ruang Weverse milik Seventeen.

## Hasil Dan Pembahasan

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan sejak hari Rabu, 22 Juni 2022 hingga Sabtu, 25 Juni 2022, ruang Weverse Seventeen dipenuhi oleh unggahan dari Carat dan anggota Seventeen yang membahas World Tour Konser Seventeen yang akan diselenggarakan pada tanggal 25 Juni 2022 di Seoul, Korea Selatan. Interaksi dan komunikasi tersebut terjadi melalui proses yang dimulai dengan sebuah unggahan berupa foto, video ataupun tulisan

dari anggota Seventeen yang kemudian di komentari oleh anggota Seventeen lainnya dan juga oleh Carat. Begitu juga dengan unggahan dari Carat yang dapat dikomentari oleh anggota Seventeen dan Carat lainnya, hanya saja carat dapat memilih agar unggahan nya dapat dilihat oleh anggota Seventeen atau tidak melalui fitur '*Hide from artist*'.

Gambar 2 : Unggahan Dari Anggota Seventeen



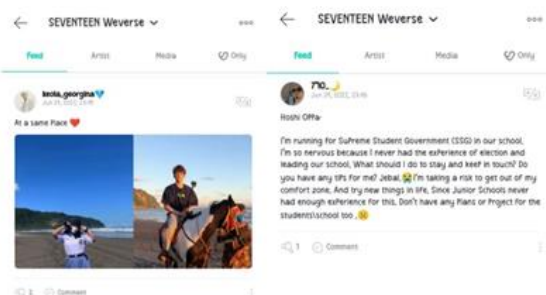
Topik pembahasan yang terjadi didalam komunikasi antara Carat dan Seventeen sangat beragam. Tetapi karena waktu observasi bertepatan dengan hari menjelang konser dan hari pertama konser, topik yang dibahas hamper keseluruhan mengenai antusiasme mereka saat menjelang konser dan perasaan mereka setelah menghadiri konser yang setelah sekian lama tidak diadakan secara offline. Selain itu, banyak pula unggahan yang membahas mengenai kegiatan sehari – hari mereka dan kejadian yang terjadi disekitar mereka pada hari tersebut.

Gambar 3 : Unggahan Dari Carat



Aplikasi fandom ini juga digunakan Carat untuk saling membagikan perasaan dan masalah yang sedang dihadapinya dengan mengunggah teks maupun foto kesehariannya dan memilih agar unggahannya tersebut dapat dilihat maupun tidak oleh anggota Seventeen, jika 'Iya' maka unggahan tersebut dapat secara langsung mereka lihat dan komentari, dan jika 'Tidak' maka hanya Carat lainnya yang dapat melihatnya. Begitu pula dengan anggota Seventeen yang dapat membagikan kesehariannya kepada Carat melalui Weverse moment ataupun sebuah postingan.

Gambar 4 : Unggahan Dari Carat



Melalui observasi yang dilakukan tersebut juga dapat terlihat bahwa Seventeen dan Carat memiliki artefak bahasa yang hanya dimengerti oleh mereka, seperti '호랑해 /

Horanghae' yang merupakan gabungan dari kata '호랑이' yang memiliki arti 'Harimau' dan '사랑해' yang berarti 'Aku cinta kamu'. Harimau sendiri merupakan julukan untuk Hoshi, dan setiap anggota Seventeen memiliki kata yang serupa hanya dengan menggabungkan nama mereka dengan kata '사랑해' seperti 'Woorahae' untuk Woozi. Pada aplikasi fandom tersebut juga memiliki fitur 'like' seperti pada media social lainnya, hanya saja pada aplikasi ini menggunakan icon lightstick untuk fitur tersebut. Melalui observasi yang dilakukan, diketahui bahwa Carat memiliki panggilan tersendiri untuk Seventeen yaitu 'Sebong' dan juga setiap anggotanya.

Gambar 5 : Unggahan Dari Carat



## Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari observasi yang dilakukan sejak tanggal 22 Juni 2022 hingga 25 Juni 2022, dapat terlihat bahwa Seventeen dan Carat memiliki hubungan yang sangat baik hingga menimbulkan perasaan nyaman. Layaknya seorang sahabat, perasaan tersebut membuat mereka lebih terbuka untuk berbagi



keseharian ataupun masalah pribadi mereka. Terlebih kesadaran akan tidak adanya oknum yang akan mengkritik ataupun merasa terganggu pada setiap unggahan didalam ruang Weverse tersebut membuat suasana komunikasi antara Carat dan anggota Seventeen dapat berjalan dengan lebih nyaman.

Kesimpulan dari tulisan ini adalah Weverse sebagai aplikasi fandom berhasil membuat Carat merasa lebih dekat dan nyaman dengan anggota Seventeen berkat komunikasi yang dapat berjalan dengan baik didalamnya. Adapun interaksi dan komunikasi di antaranya dapat terjadi dengan memanfaatkan fitur yang ada pada aplikasi fandom tersebut, yaitu melalui sebuah unggahan berupa foto, video ataupun tulisan yang dapat dikomentari oleh siapaun yang berada di dalam ruang Weverse tersebut. Bahkan tidak hanya hubungan antara Carat dengan Seventeen tetapi juga antar sesama Carat yang dapat terjalin dengan baik karena adanya fitur 'Hide from artist' yang memungkinkan mereka untuk berbagi unggahan tanpa diketahui oleh anggota Seventeen.

### Daftar Pustaka

Arnus, S. H. (2015). Computer Mediated Communication (CMC), Pola Baru Berkomunikasi. *Al-Munzir*, 8(2), 275-289. <https://ejournal.iainkendari.ac.id/index.php/al-munzir/article/view/744/680>

Baharuddin, I. (2021). *Buktikan Bisa Sukses, 12 Idol KPop Ini Punya Masa Trinee Terlama*. IDN TIMES. <https://www.idntimes.com/korea/kpop/istyana-h-b/idol-kpop-ini-punya-masa-trainee-terlama->

c1c2-1

DosenSosiologi.Com. (2020). *Pengertian Komunikasi Verbal, Ciri, Jenis, Manfaat, dan Contohnya*. DosenSosiologi.Com. <https://dosensosiologi.com/komunikasi-verbal/>

Evelina, L. W. (2018). Etnografi Komunikasi Dan Netnografi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. [https://communication.binus.ac.id/2018/09/24/etnografi-komunikasi-dan-netnografi/#:~:text=Netnografi didefinisikan sebagai metodologi riset,pada studi tentang media sosial](https://communication.binus.ac.id/2018/09/24/etnografi-komunikasi-dan-netnografi/#:~:text=Netnografi%20didefinisikan%20sebagai%20metodologi%20riset,pada%20studi%20tentang%20media%20sosial)

Fandom, K. (2022). Seventeen. In *Seventeen*. Kpop Fandom. <https://kpop.fandom.com/id/wiki/SEVENTEEN>

Saldyni, N. (2021). *Mengenal Weverse, Aplikasi yang Tengah Populer di Kalangan Fans KPop*. URBANASIA. <https://www.urbanasia.com/mengenal-weverse-aplikasi-yang-tengah-populer-di-kalangan-fans-kpop-U387>