

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi dan media sosial mengubah cara individu ataupun kelompok dalam berinteraksi dan mempertahankan hubungan emosional di era digital. *Platform* media sosial telah menjadi penghubung komunikasi antara figure publik, seperti artis dan idola, dengan para penggemar mereka. Adanya interaksi ini tidak hanya dapat menciptakan suatu kedekatan antara mereka serta menambah suatu pengalaman bagi penggemar saja, tetapi hal ini juga membantu mereka dalam mempertahankan *chemistry* emosional yang dapat mempertahankan keterikatan antara keduanya. Komunikasi serta interaksi yang dilakukan melalui media sosial memungkinkan para artis untuk menjangkau penggemar di berbagai belahan dunia tanpa terhalang batasan geografis. Kedatangan media sosial terbukti dapat berpengaruh sangat besar pada segala aktivitas manusia, baik secara individu maupun masyarakat secara umum. Melalui media sosial, komunikasi dapat terlaksana dengan cepat dan mudah dengan berbagai fitur yang telah tersedia seperti, *chat*, panggilan suara, dan *video call*.

Media sosial merupakan kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas dasar ideologis dan teknologi Web 2.0, yang memungkinkan penciptaan serta pertukaran konten yang dihasilkan oleh pengguna (Kaplan dan Haenlein, 2010). Selain itu, media sosial mampu mewujudkan bentuk komunikasi dua arah, yang dapat melibatkan antara artis dan penggemar. Sebagaimana dijelaskan oleh Boyd dalam Nasurallah (2015), media sosial memberikan kekuatan kepada pengguna untuk berpartisipasi aktif dalam mempertahankan hubungan sosial melalui konten yang mereka hasilkan sendiri (*user generated content*). Lalu kemudian, baik artis ataupun penggemar akan membentuk peluang *chemistry* digital tersebut.

Dengan adanya kehadiran media sosial, ruang yang telah diciptakan untuk berkomunikasi akan menjangkau artis dan seluruh penggemar di dunia melalui fitur-fitur canggih seperti *story*, foto, video, sampai *live streaming*. Hal ini memberikan dampak pengaruh yang sangat besar dalam konteks membentuk

kedekatan emosional dan loyalitas penggemar kepada idola mereka. Hal ini menjadikan komunikasi bukan sekedar menyampaikan pesan, tetapi dapat membentuk sebuah interaksi komunikatif yang menciptakan peluang pertukaran pesan secara aktif antara pihak yang berkaitan.

Untuk memahami lebih dalam, penting untuk meninjau konsep komunikasi dan interaksi. Dari sisi terminologi interaksi berarti hal saling melakukan aksi saling berhubungan dan mempengaruhi. Interaksi selalu berhubungan dengan istilah komunikasi. Komunikasi adalah hubungan yang dilakukan oleh dua orang atau lebih dengan memberi sebuah timbal balik (*feedback*), sehingga komunikasi tersebut dapat dikatakan baik. Komunikasi yang baik dan efektif akan melibatkan pemahaman mendalam terhadap makna yang tersirat dalam setiap interaksi. Selain itu, dalam komunikasi harus bisa dimengerti dan diterima oleh orang lain.

Dalam dunia *entertainment*, terlebih dalam konteks *K-Pop*, perkembangan teknologi berdampak sangat besar pada interaksi antara artis bersama penggemarnya. Sebelumnya, terdapat *platform* yang bernama “Daum Café”, *platform* ini hanya dapat digunakan oleh artis asal Korea dan mayoritas penggemar yang menggunakan media ini adalah mereka yang berasal dari Korea. *Platform* ini merupakan alat komunikasi antara idola dengan penggemarnya, namun *platform* ini sulit untuk diikuti atau digunakan oleh penggemar negara lain. Daum Café memang sangat privasi, ketika ingin bergabung dalam channel idola mereka, para penggemar harus mengisi seperti form dengan pertanyaan yang relevan, dan mereka harus menunggu satu minggu bahkan lebih. Oleh karena itu, karena sulitnya penggunaan *platform* tersebut, banyak penggemar yang memilih untuk tidak menggunakan ini.

Dengan perkembangan teknologi, sekarang artis dan penggemar dapat berkomunikasi dengan mudah dan dapat digunakan dari berbagai negara tanpa batasan apapun, baik geografis, waktu, bahkan bahasa. Di tahun 2020, *Hybe Entertainment* memperkenalkan *platform* terbaru mereka yang dimana *platform* ini dapat digunakan oleh berbagai selebriti dari luar negeri untuk berkomunikasi langsung dengan penggemar mereka. *Platform* ini memiliki fitur-fitur unggulan seperti fitur unggahan, *live streaming*, *membership* yang dapat digunakan oleh penggemar kapan pun dan dimanapun mereka.

Salah satu *platform* yang menonjol dalam mendukung komunikasi dan interaksi antara idola dan penggemar adalah Weverse. Weverse adalah media sosial dan komunitas digital yang dibentuk pada tahun 2019 oleh Hybe Corporation atau yang sebelumnya yang dikenal dengan Big Hit Entertainment, yaitu perusahaan hiburan yang cukup terkenal di Korea Selatan. Weverse sengaja dibuat untuk mempertahankan interaksi antara artis *K-POP* seperti BTS, TXT, SEVENTEEN, FROMIS-9, TWS, LE\_SSERAFIM, dan lainnya. Weverse bukan media sosial biasa, Weverse memiliki berbagai fitur unggulan yang inovatif, yang dapat memberikan kesempatan kepada para penggemar untuk terhubung langsung dengan artis favorit mereka. Di Weverse, para artis memiliki kebebasan untuk membagikan atau menceritakan bagaimana keseharian mereka kepada penggemar melalui sebuah foto, video, *live streaming*, ataupun sekedar teks. Menurut data, pada tahun 2024, Weverse mencapai 150 juta unduhan secara global dan mengalami pertumbuhan pengguna sebesar 19% dibandingkan tahun sebelumnya.

Grup musik SEVENTEEN, sebuah *boygroup* yang cukup besar di industry musik Korea Selatan. SEVENTEEN menjadi salah satu pengguna aktif Weverse, menunjukkan bagaimana mereka menciptakan dan mempertahankan komunikasi intens dengan para penggemar mereka, yaitu CARAT. SEVENTEEN sangat aktif dalam hal menyapa para penggemarnya, semua anggota tidak pernah absen untuk menyapa para penggemar, kecuali di hari sibuk mereka seperti syuting dan rekaman. Cara mereka berkomunikasi dengan para penggemar tidak hanya dengan mereka menceritakan tentang diri mereka, tetapi mereka juga berinteraksi melalui kolom komentar sehingga para penggemar memiliki timbal balik yang sangat baik. Para anggota SEVENTEEN sangat konsisten membaca pesan-pesan yang dikirimkan oleh para penggemar dan mengirim balasan kepada mereka. Setiap anggota grup tersebut memiliki cara tersendiri untuk berinteraksi dengan para penggemar. Beberapa anggota ada yang nyaman menggunakan fitur *live streaming* dan beberapa member lainnya lebih nyaman ketika hanya mengirimkan sebuah foto ataupun video. Debut sejak tahun 2015, dapat membuktikan pengalaman mereka dalam hal kekonsensitanen ketika berkomunikasi dengan CARAT dengan unggahan foto, video, *live streaming*, maupun tanggapan berupa komentar. Hal-

hal tersebut dapat membentuk sebuah komunikasi timbal balik bahkan hingga *chemistry* emosional yang memperkuat hubungan antara kedua belah pihak.

*Platform* Weverse bukan hanya menjadi alat komunikasi saja, tetapi Weverse juga menjadi ruang bagi artis dan penggemar dalam menciptakan kedekatan atau *chemistry*, di mana interaksi dua arah sangat mungkin terjadi di sana. Dengan berinteraksi secara langsung dengan idola mereka, penggemar akan merasa sangat dekat dan terhubung dengan artis kegemaran mereka.

Dengan adanya *platform* Weverse, membuktikan bahwa adanya evaluasi komunikasi digital yang dilakukan secara terus-menerus. *Platform* ini akan membantu artis dan penggemar untuk saling berkomunikasi, menanggapi melalui sebuah pesan, *live streaming*, balasan komentar, hingga konten *membership*. Dengan adanya Weverse akan memperkuat efektivitas penyampaian pesan dengan hubungan yang lebih transparan dan responsif di ruang digital.

Penelitian Indrayanti (2024) menemukan bahwa *platform* Weverse memberikan pengalaman personal kepada penggemar dalam mempertahankan interaksi yang bermakna dengan idolanya. ARMY sebagai penggemar BTS, menggunakan Weverse bukan hanya untuk sekedar mendapatkan informasi terkini, tetapi juga terlibat secara aktif dalam komunitas dan merasa lebih dekat dengan idolanya. Hal serupa juga ditemukan oleh Indriani dan Kusuma (2022), yang mengungkapkan bahwa Weverse memfasilitasi interaksi sosial fandom dengan menyediakan ruang diskusi yang mendalam dan mempererat solidaritas antar penggemar.

Meski demikian media sosial mempermudah komunikasi antara artis dan penggemarnya, tetapi terdapat pula tantangan utama yang perlu keduanya perhatikan. Interaksi yang sejauh ini telah dibangun oleh artis maupun penggemar di media sosial, akan berakibat tidak seimbang jika komunikasi tidak dijaga dengan baik oleh kedua belah pihak. Selain itu, dengan adanya ekspektasi yang berlebihan dari penggemar, seperti mendapat balasan langsung dari artis akan menyebabkan ketidakseimbangan emosi. Tantangan seperti ini akan menuntut adanya keseimbangan dalam mengelola komunikasi, kesadaran atas batasan pribadi, serta kemampuan untuk mengelola ekspektasi secara realistis agar hubungan keduanya tetap terjalin dengan baik dan saling menghargai.

Untuk memahami fenomena ini, diperlukan pendekatan dengan teori *Uses and Gratification* sebagai dasar teori. Teori *Uses and Gratification* menyatakan bahwa pengguna media sosial memiliki sebuah motivasi atau dorongan dan peran aktif dalam memilih media mana yang dapat memenuhi kebutuhan afeksi dan komunikasi mereka dengan idolanya, Whiting dan Williams (2013) menjelaskan bahwa kepuasan yang dicari dalam penggunaan media sosial meliputi kebutuhan akan relasi sosial, hiburan, serta ekspresi diri.

Melihat bagaimana cara SEVENTEEN berkomunikasi dengan para penggemar sungguh menarik perhatian peneliti yang ingin mengkaji lebih dalam mengenai fenomenologi interaksi antara artis dan penggemar. Penelitian ini akan menunjukkan bagaimana pola komunikasi digital yang dilakukan sehingga mampu membentuk kedekatan emosional antara keduanya, yaitu SEVENTEEN dan CARAT. Melalui penelitian ini, juga akan membuktikan bagaimana interaksi telah bertransformasi menjadi lebih dalam melalui *platform digital* seperti Weverse. Dengan pengamatan secara langsung pada *platform* tersebut, peneliti dapat memahami bagaimana pengalaman yang dialami oleh CARAT dalam menerima dan mempertahankan komunikasi, serta menelaah sejauh mana keterlibatan emosional mereka terhadap berbagai konten yang disediakan oleh SEVENTEEN pada *platform* Weverse.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang serta penelitian yang telah dilakukan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pemanfaatan *platform* media sosial Weverse untuk mempertahankan *chemistry* antara *Boygrouop* korea SEVENTEEN dan CARAT melalui komunikasi *online*?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Adanya tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pemanfaatan *platform* media sosial Weverse yang digunakan untuk mempertahankan *chemistry* antara SEVENTEEN dan para penggemar, CARAT melalui media komunikasi *online*.

## 1.4 Manfaat Penelitian

### 1.4.1 Manfaat Teoris

Penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan pemahaman yang mendalam terkait pengembangan kajian komunikasi massa dan komunikasi digital, khususnya dalam hal interaksi di media sosial. Penelitian ini memberikan landasan teoritis yang dapat mempertahankan pemahaman terkait bagaimana media sosial seperti Weverse, bukan hanya sekedar alat komunikasi, tetapi juga berperan dalam menciptakan *chemistry* atau kedekatan emosional yang bersifat timbal balik. Penelitian ini menggunakan penerapan teori *Uses and Gratification* dalam konteks interaksi digital fandom *K-pop*.

### 1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih jelas terkait komunikasi digital, bentuk interaksi yang mempertahankan hubungan emosional, serta hubungan timbal balik yang terjalin antara SEVENTEEN dan CARAT melalui *platform* Weverse. Hasil penelitian ini nantinya dapat dimanfaatkan oleh pengembang *platform* Weverse sebagai saran untuk meluncurkan fiturfitur unggulan lainnya yang membantu interaksi emosional antara artis dan penggemar.