

**POLA KOMUNIKASI PENGGEMAR K-POP  
“SEVENTEEN” SEBAGAI *CYBERFANDOM* DI  
TWITTER**

**SKRIPSI**

Disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan  
Mencapai derajat Sarjana Strata 1 (S1) Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi: Hubungan Masyarakat (Humas)



Oleh

**TASYA NOVRIANI**

**07031381924165**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
2022**

**HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF**

**POLA KOMUNIKASI PENGGEMAR K-POP “SEVENTEEN” SEBAGAI  
CYBERFANDOM DI TWITTER**

**SKRIPSI**

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana S-1**

Oleh :

**TASYA NOVRIANI**

**07031381924165**

**Pembimbing I**

**Farisha Sestri Musdalifah, S.Sos., M.Si**

**NIP. 199309052019032019**



**Pembimbing II**

**Muhammad Hidayatul Ilham, M.I.Kom**

**NIP. 1994101120022031009**



**Mengetahui,**

**Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi**



**Dr. M. Husni Thamrin, M.Si**

**NIP 196406061992031001**

**HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI**  
**POLA KOMUNIKASI PENGGEMAR K-POP “SEVENTEEN” SEBAGAI**  
**CYBERFANDOM DI TWITTER**

Skripsi  
Oleh  
**TASYA NOVRIANI**  
**07031381924165**

**Telah dipertahankan di depan penguji**  
**Dan dinyatakan telah memenuhi syarat**  
**Pada tanggal 29 Desember 2022**

**Pembimbing :**

1. **Farisha Sestri Musdalifah, S.Sos., M.Si**  
NIP.199309052019032019
2. **M. Hidayatul Ilham, S.IP., M.I.Kom**  
NIP.1994101120022031009

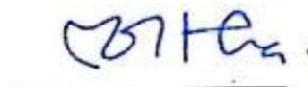
**Tanda Tangan**



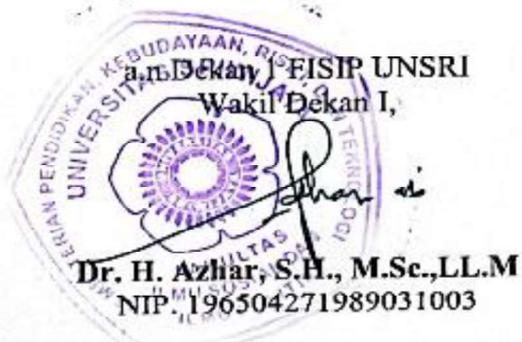
**Penguji :**

1. **Ryan Adam, S.I.Kom., M.I.Kom**  
NIP.198709072022031003
2. **Miftha Pratiwi, S.I.Kom., M.I.Kom**  
NIP.199205312019032018

**Tanda Tangan**



**Mengetahui,**



**Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi**

**Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si**  
NIP. 196406061992031001

iii

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Tasya Novriani  
NIM : 07031381924165  
Tempat dan Tanggal Lahir : Palembang, 01 November 2001  
Program Studi/Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Pola Komunikasi Penggemar K-Pop "Seventeen"  
Sebagai Cyberfandom di Twitter

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Seluruh data, informasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran saya dengan pengarahan dari pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik baik di Universitas Sriwijaya maupun di perguruan tinggi lainnya.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari ditemukan bukti ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah ini.

Palembang, 16 Desember 2022

Yang membuat pernyataan,



Tasya Novriani

NIM. 07031381924165

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO**

*I feel like the possibility of all those possibilities of being possible is just another possibility that can possibly happen – Mark Lee*

### **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini kupersembahkan untuk keluargaku, sahabat-sahabatku, seluruh teman-teman yang selalu menyemangati dan Almamaterku, Universitas Sriwijaya.

## ABSTRAK

Judul skripsi ini berjudul “Pola Komunikasi Penggemar K-pop “Seventeen” Sebagai Cyberfandom di Twitter”. Tujuannya untuk mengetahui bagaimana pola komunikasi yang terjadi di dalam media sosial diantara komunitas K-pop Seventeen dan juga untuk mengetahui perilaku komunikasi yang terjadi di media sosial diantara komunitas Penggemar K-pop Seventeen. Model yang digunakan dalam penelitian ini yaitu deskriptif dengan jenis data kualitatif dan didukung oleh paradigma konstruktivis dan menggunakan metode penelitian etnografi komunikasi. Teknik pengumpulan data pada penelitian adalah studi dokumentasi, wawancara mendalam, dan observasi. Objek penelitian ini yaitu komunitas penggemar K-pop Seventeen dan subjek penelitian ini yaitu anggota komunitas penggemar K-pop Seventeen yang berjumlah 4 orang. Analisis data dengan menggunakan teknik analisis data dalam penelitian etnografi yang dikemukakan oleh Craswell dalam Kuswano, yaitu dengan deskripsi, analisis, dan intepretasi. Hasil penelitian yang didapat dari anggota komunitas penggemar K-Pop Seventeen yang berinterkasi dalam Twitter adalah Pola komunikasi Pola Komunikasi Sirkular. Terdapat juga struktur pola komunikasi dalam kelompok, yaitu Struktur lingkaran dan Struktur Pola Bintang.

**Kata kunci : Pola Komunikasi, Penggemar K-pop, Seventeen, Twitter.**

**Pembimbing I**

**Farisha Sestri Musdalifah, S.Sos., M.Si**

**NIP. 199309052019032019**

**Pembimbing II**

**M. Hidayatul Ilham, M.I.Kom**

**NIP. 1994101120022031009**

**Mengetahui,**

**Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi**



**Dr. M. Husni Thamrin, M.Si**

**NIP. 196406061992031001**

## ABSTRACT

*The search of this thesis is entitled "Communication Patterns of K-pop Fans of "Seventeen" as Cyberfandom on Twitter". The aim is to find out how communication patterns occur on social media among the Seventeen K-pop community and also to find out the communication behavior that occurs on social media among the Seventeen K-pop fan community. The model used in this study is a descriptive model with qualitative data types and is supported by a constructivist paradigm and uses ethnographic research methods of communication. Data collection techniques in research are documentation studies, in-depth interviews, and observations. The object of this research is the K-pop Seventeen fan community and the subject of this research is the members of the K-pop Seventeen fan community, totaling 4 people. Data analysis using data analysis techniques in ethnographic research proposed by Craswell in Kuswarno, namely by description, analysis and interpretation. The research results obtained from members of the K-Pop Seventeen fan community who interact on Twitter are repetitive communication patterns. This pattern is called the Circular Communication Pattern. There is also a structure of communication patterns within the group, namely Circle Structure and Star Pattern Structure.*

**Keywords:** *Communication Patterns, K-pop Fans, Seventeen, Twitter.*

**Pembimbing I**



**Farisha Sestri Musdalifah, S.Sos., M.Si**

**NIP. 199309052019032019**

**Pembimbing II**



**M. Hidayatul Ilham, M.I.Kom**

**NIP. 1994101120022031009**

**Mengetahui,**

**Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi**



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan Rahmat, Hidayah, serta Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “Pola Komunikasi Penggemar K-Pop Seventeen Sebagai Cyberfandom Di Twitter”. Shalawat beserta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, kepada keluarganya para sahabat, serta pengikutnya hingga akhir zaman. Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana pada program studi Ilmu Komunikasi Konsentrasi Hubungan Masyarakat (Humas) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.

Dalam penyusunan dan penulisan proposal skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis dengan senang hati menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Anis Sagaff, M.S.C.E selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
2. Bapak Prof. Dr. Alfitri, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
3. Bapak Dr. M. Husni Thamrin, M.Si dan Bapak Oemar Madri Bafadhal, S.I.Kom., M.Si selaku Ketua Jurusan dan Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
4. Mbak Farisha Sestri Musdalifah, S.Sos., M.Si selaku Pembimbing I yang selalu memberikan arahan, saran, dan motivasi selama penulis membuat skripsi.
5. Bapak Muhammad Hidayatul Ilham, M.I.Kom selaku Pembimbing II yang selalu memberikan arahan, saran, dan motivasi selama penulis membuat skripsi.
6. Mbak Rindang Senja Andarini, S.I.Kom., M.I.Kom selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan motivasi, semangat, dan saran selama masa perkuliahan.
7. Seluruh Dosen beserta Staf Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya yang telah memberikan bantuan selama proses penyusunan skripsi.

8. Kedua orang tua dan saudariku serta seluruh keluarga tercinta yang selalu memotivasi untuk terus berjuang menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih atas segala dukungannya selama ini, baik dari dukungan moral dan finansial yang tidak henti-hentinya diberikan agar saya selalu semangat menyelesaikan pendidikan dan kuat menghadapi segala hambatan, serta doa yang selalu mengiringi setiap langkah saya.
9. Sahabatku Ardia dan Diana, terima kasih karena selalu ada di setiap perjalanan hidup penulis dari masa-masa labil sampai sekarang.
10. Sahabat kuliahku Melani dan Pini, terima kasih atas bantuan, dukungan dan semangat agar tidak mudah menyerah untuk menyelesaikan skripsi ini sampai selesai. Teman seperjuangan dari awal masuk kuliah dan sampai sarjana. Terima kasih.
11. Terima kasih kepada Seventeen dan anak-anak Carat yang telah mewarnai hidupku dan memberikan kenangan indah.
12. Seluruh teman-teman Ilmu Komunikasi Unsri Angkatan 2019 atas segala bentuk bantuan dan semangat yang diberikan.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis telah berusaha dengan segenap kemampuan yang penulis miliki. Sebagai pemula, tentunya masih banyak kekurangan dan kesalahan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat konstruktif dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Terima Kasih.

Palembang, 16 Desember 2022

Tasya Novriani  
NIM. 07031381924165

## DAFTAR ISI

SAMPUL PROPOSAL	
HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI .....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
ABSTRAK .....	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR GRAFIK.....	xvi
DAFTAR BAGAN .....	xvii
BAB I Pendahuluan .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	13
1.4.2 Manfaat Praktis.....	13
BAB II Tinjauan Pustaka .....	14
2.1 Landasan Teori .....	14
2.1.1 Pola Komunikasi .....	14
2.1.2 Komunikasi Kelompok.....	19
2.1.3 K-Pop ( <i>Korean Pop</i> ) .....	21
2.1.4 Komunitas K-Pop ( <i>Korean Pop</i> ).....	22
2.1.5 Komunitas Sosial Maya .....	22
2.1.6 <i>Cyberfandom</i> .....	23
2.1.7 CMC ( <i>Computer Mediated Communication</i> ).....	24
2.1.8 Peran Teknologi Media .....	25

2.2 Kerangka Teori .....	26
2.2.1 Media Sosial .....	28
2.2.2 <i>Account</i> Twitter .....	29
2.3 Kerangka Pemikiran .....	29
2.3.1 Alur Pemikiran .....	32
2.4 Penelitian Terdahulu .....	33
<b>BAB III Metode Penelitian .....</b>	<b>38</b>
3.1 Desain Penelitian .....	38
3.2 Definisi Konsep .....	39
3.3 Fokus Penelitian .....	40
3.4 Unit Analisis .....	43
3.5 Informan Penelitian .....	43
3.5.1 Kriteria Informan .....	43
3.5.2 <i>Key Informant</i> .....	43
3.6 Sumber Data .....	44
3.7 Teknik Pengumpulan Data .....	44
3.8 Teknik Keabsahan Data .....	45
3.9 Teknik Analisis Data .....	46
<b>BAB IV Gambaran Umum Twitter dan Profil Informan .....</b>	<b>48</b>
4.1 Pengertian Twitter .....	48
4.2 Sejarah Singkat Twitter .....	49
4.3 Fitur-Fitur Twitter .....	49
4.4 Profil Informan .....	57
<b>BAB V Hasil dan Pembahasan .....</b>	<b>60</b>
5.1 Masyarakat T tutur ( <i>Speech Community</i> ) .....	60
5.2 Aktivitas Komunikasi .....	64
5.2.1 Motivasi Penggunaan Twitter .....	64
5.2.2 Topik Umum .....	65
5.2.3 Isi Tweet .....	67
5.2.4 Partisipan Komunikasi .....	70
5.3 Komponen Komunikasi .....	72
5.3.1 Tipe Peristiwa .....	73
5.3.2 Topik Peristiwa Komunikatif .....	75
5.3.3 Tujuan dan fungsi peristiwa .....	79

5.3.4 Setting .....	84
5.3.5 Partisipan .....	88
5.3.6 Bentuk Pesan.....	90
5.3.7 Isi Pesan.....	91
5.3.8 Norma- Norma interpretasi .....	93
5.4 Kompetensi Komunikasi .....	95
5.4.1 Spesialisasi Khusus .....	96
5.4.2 Situasi Komunikasi .....	96
5.4.3 Perbedaan Usia .....	98
5.5 Varietas Bahasa .....	100
5.5.1 Simbol – simbol.....	100
5.5.2 <i>Slang</i> .....	102
5.6 Mengembangkan Teori Etnografi Komunikasi.....	105
5.7 Keterkaitan Teori.....	111
5.8 Diskusi Hasil Penelitian .....	122
BAB VI Kesimpulan dan Saran .....	125
6.1 Kesimpulan.....	125
6.2 Saran.....	126
6.2.1 Saran Praktis.....	126
6.2.2 Saran Akademis.....	126
DAFTAR PUSTAKA .....	127
LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Permasalahan Dalam Penelitian.....	1
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu.....	35
Tabel 3.1. Fokus Penelitian.....	41
Tabel 4.1 Profil Informan.....	57
Tabel 5.1 Mengembangkan Teori Etnografi Komunikasi Secara Virtual.....	105

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Tingkat Penetrasi dan Kontribusi Internet Berdasarkan Umur.....	3
Gambar 1.2. Penjualan Tiket Konser Seventeen di Jakarta.....	4
Gambar 1.3. Negara Dengan Volume Tweet Terbanyak.....	7
Gambar 1.4. Akun Twitter Resmi Idol Group <i>Seventeen</i> .....	9
Gambar 1.5. <i>Trending topic</i> Twitter.....	9
Gambar 1.6 Tweet Dari Akun Twitter Resmi <i>Seventeen</i> .....	10
Gambar 2.1. Pola Struktur Lingkaran.....	16
Gambar 2.2. Pola Struktur Roda.....	16
Gambar 2.3. Pola Struktur Y.....	17
Gambar 2.4. Pola Struktur Rantai.....	18
Gambar 2.5. Pola Struktur Bintang.....	18
Gambar 4.1 Logo Twitter.....	48
Gambar 4.2 <i>Screenshot</i> Tampilan Akun Twitter Peneliti.....	50
Gambar 4.3 <i>Screenshot</i> Fitur Kicauan ( <i>tweet</i> ).....	51
Gambar 4.4 <i>Screenshot</i> Fitur <i>Following</i> , <i>Followers</i> , <i>Unfollowing</i> .....	51
Gambar 4.5 <i>Screenshot</i> Fitur <i>Hastags</i> dan <i>Trending topics</i> .....	52
Gambar 4.6 <i>Screenshot</i> Fitur <i>Username</i> dan <i>Mention</i> .....	53
Gambar 4.7 <i>Screenshot</i> Aktivitas Twitter.....	54
Gambar 4.8 <i>Screenshot</i> Fitur Tanda <i>Share</i> (Bagikan).....	55
Gambar 4.9 <i>Screenshot</i> Fitur Penyingkat URL.....	55
Gambar 4.10 <i>Screenshot</i> Fitur Tampilan Twitter.....	56
Gambar 5.1 Akun Twitter Informan (YNMM).....	66
Gambar 5.2 Akun Twitter Informan (NEP).....	67
Gambar 5.3 Akun Twitter Informan (NEP).....	68

Gambar 5.4 Akun Twitter Informan (SA).....	69
Gambar 5.5 Akun Twitter Informan (VA).....	70
Gambar 5.6 Akun Twitter Informan (NEP).....	74
Gambar 5.7 Akun Twitter Informan (YNMM).....	76
Gambar 5.8 Akun Twitter Informan (NEP).....	77
Gambar 5.9 Akun Twitter Informan (SA).....	78
Gambar 5.10 Akun Twitter Informan (VA).....	79
Gambar 5.11 Akun Twitter Informan (YNMM).....	80
Gambar 5.12 Akun Twitter Informan (NEP).....	81
Gambar 5.13 Akun Twitter Informan (SA).....	82
Gambar 5.14 Akun Twitter Informan (VA).....	83
Gambar 5.15 Akun Twitter Informan (NEP).....	85
Gambar 5.16 Akun Twitter Informan (VA).....	86
Gambar 5.17 Akun Twitter Informan (NEP).....	87
Gambar 5.18 Akun Twitter Informan (NEP).....	90
Gambar 5.19 <i>Tweet</i> Dari Akun Twitter Penggemar Seventeen.....	94
Gambar 5.20 Akun Twitter Informan (NEP).....	97
Gambar 5.21 Akun Twitter Informan (NEP).....	99
Gambar 5.22 Akun Twitter Informan (NEP).....	101
Gambar 5.23 Akun Twitter Informan (VA).....	102
Gambar 5.24 Akun Twitter Informan (NEP).....	103
Gambar 5.25 Akun Twitter Informan (VA).....	104

## DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1. Peningkatan Persentase Penetrasi Internet di Indonesia 2019-2022 (Q1).....	2
Grafik 1.2. Peningkatan Jumlah Pengguna Internet.....	3
Gambar 1.5. Kurva Pertumbuhan Percakapan di Twitter Tentang K-Pop (Global) 2010-2021.....	5

## DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1. Alur Pemikiran.....	32
--------------------------------	----

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan pada kemajuan media informasi saat ini didorong oleh kebutuhan informasi yang tak terbendung bagi setiap orang, untuk memastikan bahwa para pembuat informasi tetap termotivasi untuk melakukan perubahan dan mengikuti tuntutan zaman. Kemajuan media sangat membantu manusia untuk saling berkomunikasi. Kemajuan teknologi yang pesat telah menghasilkan banyak *platform* media baru. Hal Ini sangat membantu manusia untuk berkomunikasi dengan lebih mudah.

Komunikasi tidak hanya dilakukan secara langsung, tetapi juga melalui dunia maya seperti media *online* atau *platform* media sosial. Media *online* yang tersedia untuk diunduh dari internet masih menjadi salah satu pilihan utama masyarakat ketika mencari informasi. Pada penelitian ini, peneliti melihat adanya suatu fenomena yang terjadi di Indonesia. Hal ini berdampak signifikan pada ranah komunikasi di media sosial. Adapun permasalahan dari penelitian ini, yaitu:

**Tabel 1.1**

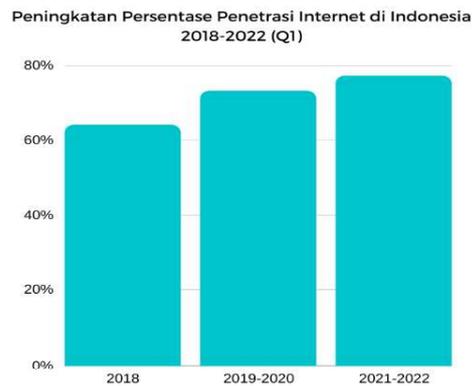
#### Permasalahan Dalam Penelitian

NO	Permasalahan
1	Banyaknya tingkat pengguna internet di media sosial
2	Terbentuknya suatu komunitas atau kelompok di media sosial
3	Kondisi realitas pada fenomena <i>Korean Wave</i> (K-Pop)
4	<i>Boygroup</i> K-Pop Seventeen merupakan grup yang memainkan peran penting dalam fenomena K-Pop di Indonesia
5	Kelompok penggemar K-Pop Seventeen di media sosial
6	Twitter sebagai <i>Cyberfandom</i> pada penggemar K-Pop Seventeen
7	Komunikasi yang terjadi pada penggemar K-Pop Seventeen

Sumber : Diolah oleh peneliti, 2022

Pada dasarnya, media sosial dapat dianggap sebagai salah satu dari beberapa sarana komunikasi. Media sosial digunakan sebagai tempat bersosialisasi antar pengguna. Penggunaan media sosial biasanya berbasis internet.

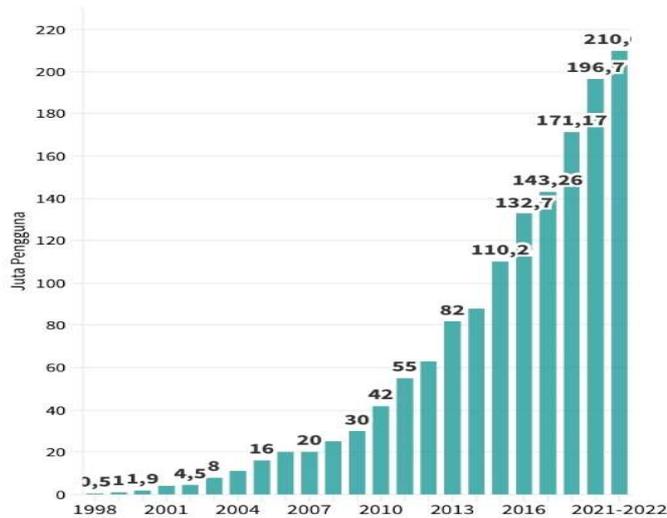
**Grafik 1.1**



Sumber : Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), 2022

Berdasarkan data survei APJII, pengguna internet di Indonesia pada 2021-2022 telah mencapai 210,03 juta jiwa dengan penetrasi sebesar 77,02 persen dari total populasi seperti yang terlihat pada grafik 1.1 pengakses internet pada tahun lalu tumbuh 3,32% dari tahun sebelumnya dan tumbuh lebih dari 12,22% dalam 4 tahun terakhir. Berikut merupakan grafik atau presentase pengguna internet dari tahun 1998 hingga 2022, berdasarkan sumber dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2022.

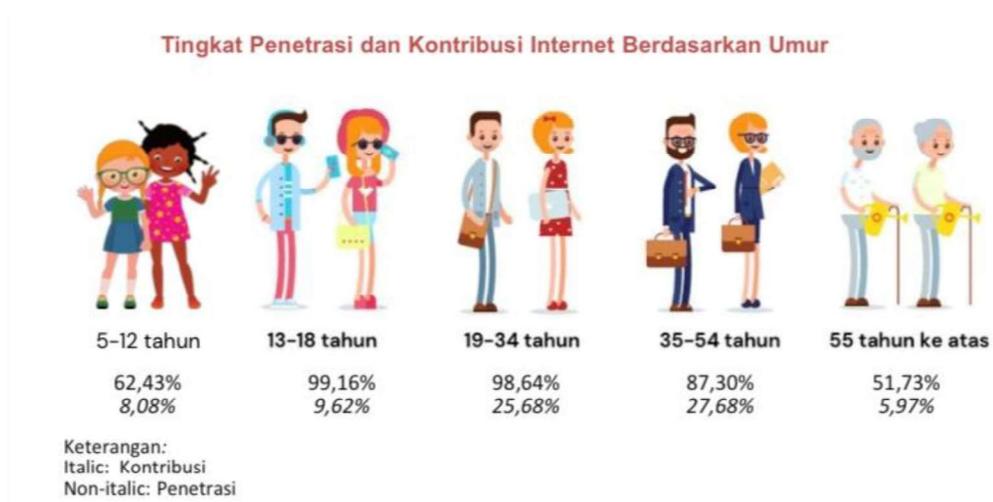
**Grafik 1.2**



Sumber : Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), 2022

Berdasarkan Grafik 1.2 terlihat bahwa jumlah pengguna internet dari tahun ke tahun semakin meningkat. Internet semakin banyak digunakan oleh banyak orang sebagai sumber pengetahuan mereka, dan Internet juga merupakan akses untuk mencari informasi yang belum diketahui, internet memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk bersosialisasi. Sehingga dapat diketahui bahwa penggunaan internet menjadi semakin banyak dari waktu ke waktu. Berikutnya pada gambar 1.1 terlihat tingkat penetrasi dan kontribusi internet berdasarkan rentang umur pada tahun 2022 berdasarkan data dari APJII.

**Gambar 1.1**



Sumber : Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), 2022

Berdasarkan Gambar 1.1, mayoritas pengguna internet adalah remaja berusia antara 13-18 tahun. Usia adalah masa ketika komunikasi mulai meningkatkan fungsi sosial dan pengambilan keputusan (Deddy Mulyana, 2015:5). Adapun dampak positif penggunaan internet bagi remaja, seperti mendapatkan informasi lebih mudah, pasti, akurat, dan cepat.

Komunikasi merupakan kebutuhan dasar manusia karena manusia adalah makhluk sosial yang membutuhkan manusia lain untuk bertahan hidup. Pada dasarnya komunikasi adalah proses penyampaian pesan kepada pihak lain, dan karena manusia membutuhkan proses pertukaran pesan dengan pihak lain, maka komunikasi tidak lepas dari kegiatan yang selalu dilakukan oleh manusia setiap waktu.

Csobanka (2016:63) menyatakan bahwa generasi saat ini memiliki karakteristik unik dalam menggunakan internet dan media sosial yang merupakan sarana komunikasi. Sehingga pada masa sekarang mayoritas pengguna internet menggunakan media sosial untuk memperkuat jaringan dengan teman-teman berdasarkan apa yang disukai oleh mereka terutama pada remaja.

Komunitas dapat terbentuk melalui proses yang terus berulang antara beberapa individu, tanpa disadari bahwa komunikasi yang terjadi pada dua individu juga akan menciptakan komunikasi di antara dua orang atau lebih, diakibatkan pesan-pesan yang mereka sampaikan memiliki isi yang sama dengan media yang sama. Kata lain yang mirip dengan komunikasi ini adalah komunitas (*community*) yang menekankan kesamaan atau kesatuan. Komunitas adalah sekelompok orang yang berkumpul atau hidup bersama untuk mencapai tujuan tertentu dari berbagi makna dan sikap. Tanpa komunikasi, tidak akan ada komunitas. Komunitas bergantung pada pengalaman dan emosi bersama, dan komunikasi memainkan peran dan menjelaskan ikatan ini. Dengan demikian, komunitas juga berbagi bentuk komunikasi yang berkaitan dengan seni, agama, dan bahasa, yang masing-masing bentuk tersebut mengandung dan menyampaikan gagasan, sikap, perspektif, pandangan yang mengakar kuat, dalam sejarah komunitas tersebut. (Deddy Mulyana, 2014:46)

Keadaan ini pada akhirnya membentuk komunikasi dalam suatu komunitas, yang merupakan sekumpulan individu yang hidup dalam waktu dan tempat tertentu

yang berinteraksi dan memengaruhi satu sama lain. Komunitas dapat berkembang pesat dengan berkembangnya internet, terutama dengan terciptanya media sosial yang memungkinkan individu untuk berkomunikasi dan bertukar pesan dengan mudah.

Fenomena *Hallyu*, yang biasa disebut sebagai *Korean Wave*, bukanlah hal yang tidak pernah terdengar sebelumnya. Fenomena *Hallyu* merupakan suatu penyebaran budaya populer Korea ke seluruh dunia. Mulai dari drama, film, musik, fashion, makanan, dan produk industri lainnya. Proses penyebaran budaya populer Korea inilah yang kemudian dikenal dengan istilah *hallyu* (Wahyudi Akmaliah, 2013).

Kemunculan *Korean wave* di Indonesia akhir-akhir ini merupakan dampak dari pesatnya perkembangan teknologi yang ada. Sejak awal tahun 2010, *Korean wave* telah masuk ke Indonesia dan berdampak signifikan terhadap gaya hidup dan sikap sebagian besar remaja Indonesia.

**Gambar 1.2**



Sumber : Kidihae, Koreanindo.net, 10 Agustus 2022

Kuatnya perkembangan *Korean Wave* di Indonesia dibuktikan dengan membludaknya permintaan tiket konser K-Pop di Jakarta yang dimulai pada tahun 2012. Seperti halnya pada grup *boyband* Korea *Seventeen* yang mengadakan konsernya di Jakarta pada bulan September 2022 yang mendapatkan sambutan antusias dari para penggemarnya. Dilansir dari *Koreaindo.net* (10 Agustus 2022) penjualan tiket konser Seventeen di Jakarta pada semua kategori habis terjual dalam hitungan menit. Sebelumnya, Seventeen juga pernah beberapa kali mengadakan konser dimulai sejak tahun 2016 sampai dengan sekarang.

Grup K-pop Seventeen memulai debutnya pada 29 Mei 2015. Seventeen terdiri dari 13 anggota, dengan 3 *sub-unit* khusus yang fokus pada bakat masing-masing anggota. Tiga *sub-unit* adalah tim vokal, tim *performance*, dan tim *hip-hop*. Seventeen juga dikenal sebagai idola yang memproduksi musiknya sendiri. Setiap *sub-unit* memainkan peran penting dalam kelompok.

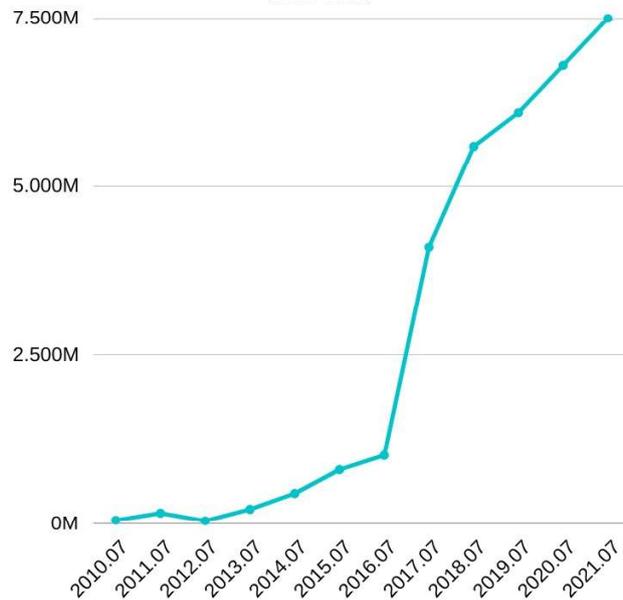
Ledakan K-Pop di Indonesia menyebabkan terbentuknya kelompok penggemar. *Fandom* (kependekan dari *fan kingdom*) didefinisikan sebagai fenomena sosial budaya yang sangat terkait dengan masyarakat kapitalis modern dan budaya populer yang membuat terbentuknya suatu kelompok penggemar di media sosial. *Fandom* dimulai sebagai tanggapan terhadap kondisi pada budaya tertentu. Kondisi tersebut bersumber dari perubahan media dan kecenderungan merekonstruksi pengalaman sehari-hari pada seseorang (Mark Duffet, 2013)

John Storey (2018) menyatakan bahwa konsumsi pada budaya populer adalah bagian terpenting dari terciptanya dan menonjolnya suatu kelompok penggemar. Pernyataan tersebut juga menggarisbawahi keterlibatan besar penggemar (*fandom*) dalam perkembangan seni, termasuk musik yang disediakan oleh K-Pop.

Sebagai *platform* media sosial, Twitter masih menjadi *cyberfandom* pada pilihan yang paling populer bagi para penggemar K-Pop untuk bertemu dengan penggemar lainnya di dunia maya. Fans menggunakan Twitter untuk bersosialisasi dengan fans mereka, mencari dan menyebarkan informasi tentang idola favorit mereka, mengungkapkan pendapat atau pemikiran mereka tentang grup K-Pop yang mereka sukai. Tidak hanya itu, Twitter juga digunakan untuk menyebarkan berita dan aktivitas artis pada akun resmi grup idola tersebut.

**Grafik 1.3**

**Kurva Pertumbuhan Percakapan di Twitter tentang K-Pop (Global) 2010-2021**



Sumber : Kurva pertumbuhan percakapan di Twitter tentang K-Pop (Global) 2010-2021, Twitter.com, 29 Juli 2021

Pada grafik 1.3 Terdapat kurva pertumbuhan percakapan di Twitter tentang K-Pop (*global*) pada periode 2010-2021. Saat penggemar K-Pop semakin terhubung, percakapan *global* mengenai K-Pop menjadi semakin beragam. Negara Indonesia, Filipina, Thailand, Korea, dan Amerika Serikat adalah lima negara dengan Tweet K-Pop terbanyak di dunia pada saat ini.

**Gambar 1.3**



Sumber : 20 Negara dengan volume tweet terbanyak, Twitter.com, 29 Juli 2021

Indonesia yang saat ini termasuk kedalam negara yang mempunyai jumlah penduduk terbesar didunia merupakan rumah bagi kalangan remaja yang mendapatkan banyak pengaruh dari budaya Korea itu sendiri. Pada gambar 1.3 dapat terlihat bahwa pada tahun 2020-2021 negara Indonesia adalah negara yang paling banyak membahas budaya Korea di media massa maupun media sosial. Terutama pada aplikasi Twitter, Indonesia berada didaftar peringkat pertama.

Twitter sebagai *cyberfandom* pada media sosial interaktif menjadikannya pilihan yang sangat baik bagi penggemar K-pop untuk bersosialisasi. Banyaknya akun *fans* K-Pop di Twitter yang aktif selama ini membuat para pengguna akun berebut citra yang baik untuk akunnya maupun idola favoritnya.

Berbagai akun penggemar K-Pop di Twitter memiliki karakteristik yang berbeda-beda. Mereka sering memberikan informasi terkait idola, menerjemahkan artikel Korea ke dalam bahasa Inggris atau Indonesia, membagikan karya gambar terkait idola, dan membuat cerita fiksi untuk akun penggemar umum.

Menurut Gooch (2008), yang bisa disebut *cyberfandom* merupakan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang sangat pesat, ditandai dengan munculnya berbagai bentuk media sosial, yang berujung pada terbentuknya kelompok-kelompok penggemar. Sehingga sekelompok penggemar di dunia maya ini disebut dengan *cyberfandom*. *Cyberfandom* juga memiliki ciri khasnya, yaitu sekelompok penggemar yang terbentuk di dunia maya melalui media sosial berbasis teknologi internet. Adanya *cyberfandom* ini membuat penyebaran informasi terkait idola menjadi lebih cepat.

Salah satu alasan Twitter menjadi wadah dari *cyberfandom* yang populer di kalangan penggemar adalah karena Twitter merupakan media sosial yang mudah diakses. Twitter adalah bentuk media sosial yang paling mudah digunakan. Meski membutuhkan sedikit waktu, informasi yang disampaikan bisa langsung disebarluaskan ke target yang dituju. Alasan lain Twitter digunakan sebagai forum bagi *cyberfandom* adalah karena memungkinkan penggemar mengirim dan menerima pesan dengan mudah.

Twitter dan media sosial lainnya memberikan kebebasan kepada penggunanya untuk memilih cara mengekspresikan diri di dunia maya. Seperti diketahui, setiap pengguna internet di dunia maya dapat melakukan apa saja,

termasuk membuat identitas baru untuk menyembunyikan identitas aslinya, seperti nama atau usia.

Pengguna Twitter yang tergabung dalam *cyberfandom* tertentu sering menggunakan hal-hal yang berhubungan dengan idola favorit mereka sebagai identitas mereka. Seperti menggunakan gambar profil atau nama pengguna artis favorit yang mengingatkan pada ciri-ciri idola favorit, tanpa nama asli atau yang biasa disebut sebagai akun anonim. *Fans* yang menggunakan akun anonim memiliki lebih banyak kebebasan untuk mengekspresikan dan menunjukkan cinta mereka kepada idola mereka.

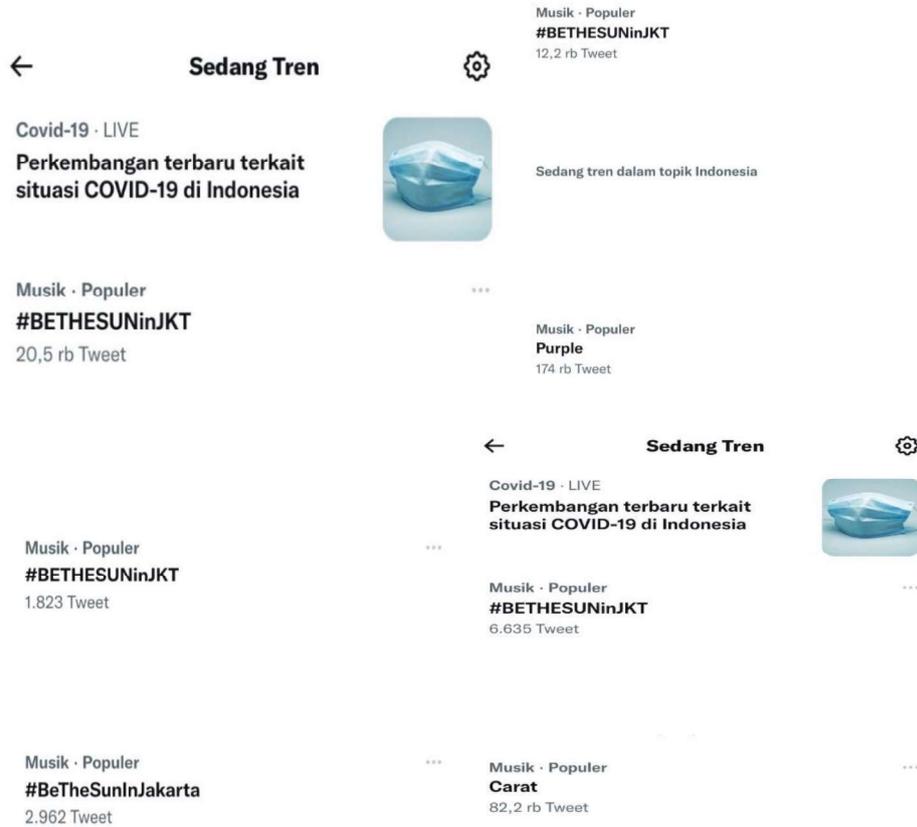
**Gambar 1.4**



Sumber : Akun Twitter Resmi Idol Group Seventeen (twitter.com)

Pada akun Twitter Resmi *Idol Group* Seventeen di gambar 1.4, dapat terlihat bahwa Seventeen mempunyai *followers* sebanyak 10 juta lebih pengikut, yang menandakan bahwa popularitas dari grup K-Pop ini sangatlah besar. Sebuah grup dapat menjadi sangat populer apabila terdapat banyaknya dukungan dari para penggemar. Sehingga, tidak diragukan lagi bahwa seventeen mempunyai penggemar yang selalu mendukung mereka, terutama di sosial media Twitter.

Gambar 1.5



Sumber : *Trending topic* di media sosial Twitter (Twitter.com)

Melalui media sosial ini keaktifan dari *fandom* K-pop Seventeen dapat terlihat dengan jelas melalui fitur *trending topic*. *Trending topic* terkait Seventeen pernah memenuhi *trending topic* Twitter Indonesia. Salah satunya pada saat Seventeen memberikan info terkait konser mereka yang akan diadakan pada bulan Desember 2022, sehingga Twitter dipenuhi oleh *trending topic* mengenai konser tersebut yang bertajuk “*Be The Sun in JKT*”, *trending topic* pada gambar tersebut merupakan *trending topic* pada tanggal 14 Oktober – 21 Oktober 2022. Dalam seminggu, seventeen menduduki peringkat *Trending topic* di Twitter secara berturut-turut selama 7 kali yang menandakan bahwa Seventeen merupakan grup yang memainkan peran penting dalam fenomena K-Pop di Indonesia.

**Gambar 1.6**



Sumber : *Tweet* dari akun Twitter resmi Seventeen (Twitter.com)

Dari gambar di atas, Akun Twitter resmi Seventeen memposting isi *tweet* mengenai promosi lagu terbaru mereka yaitu lagu yang berjudul “\_World”, interaksi penggemar dapat dilihat dari fitur Twitter, yang di mana terdapat adanya 2.755 komentar, 109.000 *Re-tweet*, dan 230.000 suka dari isi *tweet* tersebut. Sehingga dari fitur tersebut, peneliti dapat melihat bagaimana pola komunikasi pada penggemar K-Pop Seventeen.

Komunitas pada penggemar K-Pop Seventeen resmi ditetapkan dengan sebutan “*Carat*” pada 14 Februari 2016. Makna *carat* mempunyai makna yang sangat berarti. Seperti namanya, diharapkan bahwa *fandom* ini dapat terus bersinar. Dalam hubungannya, Seventeen diibaratkan seperti berlian dan *carat* yang membuat berlian itu menjadi bersinar.

*Carat* memiliki peran yang besar bagi Seventeen, apabila dilihat dari sosial media Twitter, ketika sangat sulit untuk mengetahui apa yang terjadi ketika ada yang tidak beres dengan grup seperti ada yang menyerang *fandom* yang biasa disebut dengan *Fanwar*. *Fanwar* sendiri berasal dari dua kata, yakni *Fan* (Penggemar) dan *War* (Perang) sehingga dapat diartikan menjadi perang antar penggemar. Penggemar tidak lagi mendukung musik idola dan menekankan kesuksesan mereka, tetapi juga merendahkan atau bahkan secara langsung menyerang idola atau *fandom* karena tidak sesuai dengan minat dan keyakinan mereka, yang disebut sebagai *toxic rivalry*.

Pada pemahaman fandom dalam pengamatan Nancy Baym (2013) bahwa penggemar berinteraksi dengan lingkungan yang terkomputerisasi, wacana penggemar bekerja untuk menciptakan jenis komunitas tertentu yang menjadi lebih penting daripada objek *fandom* itu sendiri. *Fans* juga termotivasi oleh penemuan diri, di mana fandom memberikan kesempatan untuk hidup di dalam dan melalui serangkaian simbol yang mengekspresikan aspirasi seseorang daripada 'kenyataan'.

Dalam berinteraksi antar penggemar, para anggota membangun identitas penggemar mereka dengan memasukkan terminologi Korea dalam komunikasi tatap muka atau media sosial mereka. Inilah yang membuat bahasa dan budaya Korea menjadi sangat akrab di kalangan penggemar dan membuat hal ini menjadi ciri khas bagi mereka di dalam *fandom* itu sendiri.

Berbeda ketika mereka berkomunikasi dengan orang Non- K-pop (orang yang tidak mengetahui banyak mengenai K-Pop), Hal ini dikarenakan orang yang tidak memahami *Korean Wave* cenderung tidak memahami topik percakapan dan gaya berbicara yang memasukkan bahasa Korea ke dalam komunikasi. Siapa pun yang tidak terpengaruh secara langsung oleh *Korean Wave* tidak akan memahami terminologi Korea dengan baik.

Sehingga pada penelitian ini, peneliti ingin melihat bagaimana pola komunikasi penggemar K-Pop Seventeen dalam mengatur diri mereka sendiri ke dalam kelompok sosial sebagai *CyberFandom* di Twitter. Penelitian ini akan menggunakan metode etnografi yang mempunyai keterkaitan pada terbentuknya pola komunikasi dari suatu kelompok.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah yang sudah dipaparkan peneliti yaitu, Bagaimana Pola Komunikasi penggemar K-Pop "Seventeen" Sebagai *Cyberfandom* di Akun Twitter ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk melihat Pola Komunikasi penggemar K-Pop "Seventeen" Sebagai *Cyberfandom* di Twitter.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

- a. Penelitian ini berguna sebagai dasar penyusunan skripsi agar memperoleh hasil dan daya yang akurat.
- b. Menambah wawasan serta ilmu pengetahuan bagi peneliti.
- c. Sebagai dasar penelitian dan juga sebagai pemberi informasi bagi pihak lain yang ingin melakukan penelitian selanjutnya dan memberikan jawaban atas permasalahan pada penelitian yang diteliti.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat menyumbangkan pemikiran dan wawasan terhadap Pola Komunikasi Antar penggemar K-Pop Sebagai *Cyberfandom* di Akun Sosial Media.

## DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Ardial. (2014). *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Beebe, Steven A, Susan J. Beebe, Diana K.Ivy. (2010). *Communication Principles for a Lifetime*. Boston: Pearson Education, Inc., Publishing as Allyn & Bacon
- Bungin, Burhan. (2017). *Sosiologi Komunikasi Teori, Paradigma dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: PT Kharisma Putra Utama
- Blackwell, Wiley. (2018). *Media Fandom and Fan Studies*. John Wiley & Sons, Inc.
- Cangara, Hafied. (2014). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers
- Duffett, Mark. (2013). *Understanding Fandom: An Introduction of The Study of Media Fan Culture*. New York: Bloomsbury Publishing Plc.
- Djamarah, Syaiful Bahri. (2014). *Pola Asuh Orangtua dan Komunikasi Dalam Keluarga*. Jakarta: Rineka Cipta
- Devito, Joseph A. (2015). *Human Communication The Basic Course, ed. 13*. United States: Pearson Education.
- Hine, Christine. (2000). *Virtual Ethnography*. London: Sage Publication, Ltd.
- Hillery, George Jr. (2010). *Definitions of Community: Areas of Agreement, Rural Sociology*. Terjemahan Nurhadi. Yogyakarta: Kreasi Wacana
- J. Moleong, Lexy. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- J. Moleong, Lexy. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. Cetakan ke 38. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Kuswarno, Engkus. (2008). *Etnografi Komunikasi: Suatu Pengantar dan Contoh Penelitiannya*. Bandung: Widya Padjadjaran
- Kuswarno, Engkus. (2011). *Etnografi Komunikasi*. Bandung: Widya Padjadjaran
- Mulyana, Deddy. (2013). *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Mulyana, Deddy, (2014), *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*, Cetakan ke 18. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Mulyana, Deddy, (2015). *Ilmu Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya.

- Storey, John. (2018). *Cultural Theory and Popular Culture; An Introduction*. England: University of Sunderland
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabet
- Thurlow, Crispin. Laura Lengel. Alice Tomic. (2004). *Computer Mediated Communication: Social Interaction and the Internet*. British Library
- West, Richard dan Lynn H. Turner (2014), *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*. Edisi 3, Buku II, Jakarta: Salemba Humanika.

Sumber lain :

- Betsy, Gooch, (2008). *The Communication of Fan Culture: The Impact of New Media on Science Fiction and Fantasy Fandom*.
- Csobanka, Zsuzsa E. (2016). *The Z Generation*. Issue 2 Vol. 6. Acta Technologica Dubnicae.
- Gunawan, H. (2013). *Jenis pola komunikasi orang tua dengan anak perokok aktif di Desa Jembayan Kecamatan Loa Kulu Kabupaten Kutai Kartanegara*. Ejournal Ilmu Komunikasi, 1(3), 218-233.
- Wahyudi, Akmaliah Muhammad. (2013). *Memahami Fenomena Hallyu*. Jurnal Masyarakat dan Budaya. Vol.15. Hal. 201-202
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), (2022), <https://apjii.or.id> (Di akses pada 28 Agustus 2022)
- Kidihae. Koreanindo.net. Tiket Konser Seventeen Be The Sun in Jakarta Sold Out, (2022) <https://koreanindo.net/2022/08/10/tiket-konser-seventeen-be-the-sun-in-jakarta-sold-out/> (Diakses pada 28 Agustus 2022)
- Twitter resmi dari Kurva pertumbuhan percakapan di Twitter tentang K-Pop (*Global*) 2010-2021. [https://twitter.com/in\\_id/topics/insights/2021/kpop-kembali-cetak-rekor-dengan-7-5-milyar-tweet#](https://twitter.com/in_id/topics/insights/2021/kpop-kembali-cetak-rekor-dengan-7-5-milyar-tweet#) (Diakses pada 31 Agustus 2022)
- Akun Twitter Resmi *Idol Group Seventeen* [https://twitter.com/pledis\\_17?s=21&t=WbtNOvERuiRsrHZBvqAoDQ](https://twitter.com/pledis_17?s=21&t=WbtNOvERuiRsrHZBvqAoDQ) (Diakses pada 20 September 2022)

*Tweet* dari akun Twitter resmi Seventeen

[https://twitter.com/pledis\\_17/status/1548955744279592960?s=46&t=WbtNOvERuiRsrHZBvqAoDQ](https://twitter.com/pledis_17/status/1548955744279592960?s=46&t=WbtNOvERuiRsrHZBvqAoDQ) (Diakses pada 20 September 2022)

*Trending topic* pada aplikasi Twitter. <https://mobile.twitter.com/i/trends> (Diakses pada 22 Oktober 2022)