

Pola Komunikasi Kelompok Penggemar NCT pada Media Sosial Twitter

Karina Poethrycendrawan¹, Lusia Savitri Setyo Utami^{2*}

¹Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta
Email: poethrykarina24@gmail.com

²Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta*
Email: lusias@fikom.untar.ac.id

Masuk tanggal: 15-12-2021, revisi tanggal: 06-01-2022, diterima untuk diterbitkan tanggal: 16-01-2022

Abstract

The development of technology has changed the way individual communicates. This development is marked by the discovery of an internet network that can access social media networks. One of the countries that has the communication technology and popular culture is South Korean. K-pop is one part of pop culture and a type of music from South Korean pop and each group has a different musical characteristic. NCT is one of the most popular K-pop boybands among the others. K-pop boyband will never get its popularity without the support of its fans. A group of fans who share the same interest and preferences is also known as a fandom. NCT has a fandom called NCTZEN. Every fan will interact with other fans to find and exchange information about their favorite idol. One of the social media that is often used by K-pop fans to interact is social media Twitter. This interaction between fans will form group communication and pass-through communication process and form communication patters. This research purpose is to find the pattern communication inside NCT fans group in social media Twitter. Theory that been used is group communication theory and pattern communication. The researcher used descriptive qualitative research with case study research. The research data were obtained through in-depth interviews, participatory observation, documentation, and literature study of four sources. The results obtained show that the communication pattern formed between the auto base admin and followers is the star pattern and the wheel communication pattern, while the communication pattern formed between the auto base account followers is the star communication pattern. Then, the interaction between the auto base admin and followers can occur through the communication process.

Keywords: *fandom, group communication, K-pop, pattern communication, social media*

Abstrak

Perkembangan teknologi telah mengubah cara berkomunikasi suatu individu. Perkembangan ditandai dengan penemuan jaringan internet yang dapat mengakses jejaring media sosial. Salah satu negara yang memiliki teknologi komunikasi dan budaya populer yaitu Korea Selatan. K-Pop merupakan salah satu bagian dari budaya pop dan juga jenis musik dari Korea Selatan. K-Pop memiliki ciri khas musik yang berbeda – beda. NCT merupakan salah satu *boyband* K-Pop yang terkenal dikalangan masyarakat. *Boyband* K-Pop tidak akan pernah mendapatkan popularitasnya tanpa dukungan penggemarnya. Sekumpulan penggemar yang memiliki kepentingan serta kesukaan yang sama disebut juga sebagai *fandom*. Setiap penggemar pasti akan berinteraksi dengan penggemar lain untuk mencari dan bertukar informasi seputar idola yang mereka gemari. Salah satu media sosial yang sering digunakan untuk berinteraksi yaitu media sosial Twitter. Interaksi antar penggemar ini akan membentuk komunikasi kelompok dan melewati proses komunikasi serta membentuk pola komunikasi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan bentuk pola komunikasi yang terbentuk dalam kelompok pengegemar NCT pada media sosial Twitter. Teori yang digunakan dalam

penelitian ini adalah teori komunikasi kelompok dan pola komunikasi. Peneliti menggunakan penelitian kualitatif deskriptif dengan penelitian studi kasus. Data hasil penelitian diperoleh melalui hasil wawancara mendalam, observasi partisipasi, dokumentasi, dan studi kepustakaan terhadap lima narasumber. Hasil yang didapatkan menunjukkan pola komunikasi yang terbentuk antara admin *auto base* dan *followers* yaitu pola komunikasi bintang dan roda, sementara pola komunikasi yang terbentuk di antara *followers* akun *auto base* yaitu pola komunikasi bintang. Kemudian, interaksi antara admin *auto base* dan *followers* dapat terjadi melalui proses komunikasi.

Kata Kunci: *fandom*, komunikasi kelompok, K-pop, media sosial, pola komunikasi

1. Pendahuluan

Perkembangan zaman yang cepat telah mempengaruhi bidang teknologi komunikasi. Perkembangan teknologi komunikasi ini ditandai dengan semakin meluasnya jaringan televisi, radio dan juga internet yang dapat tersebar di berbagai negara (Nurinda, 2018). Setiap negara memiliki budaya yang berbeda – beda, kemajuan teknologi komunikasi ini dapat mempermudah masyarakat di suatu negara mendapatkan berbagai informasi dari negara – negara di berbagai belahan dunia (Nurinda, 2018). Korea Selatan merupakan salah satu negara yang memiliki budaya pop yang populer dan juga kemajuan teknologi komunikasi yang pesat.

Budaya pop Korea Selatan biasa disebut juga sebagai K-Pop. Budaya ini merupakan budaya musik yang telah menarik banyak perhatian dari masyarakat. K-Pop memiliki ciri khas musik tersendiri yang dapat memberikan kesenangan bagi para penikmatnya. Dengan kemajuan teknologi komunikasi yang pesat dapat memudahkan K-Pop untuk melebarkan sayapnya ke pasar Internasional lewat penggunaan media sosial. Dengan banyaknya pengguna media sosial Twitter di Korea Selatan menjadikan Twitter sebagai salah satu media komunikasi bagi *boyband* dan *girlband* dari Korea Selatan atau Idola K-Pop untuk berinteraksi dengan penggemarnya. NCT (*Neo Culture Technology*) merupakan salah satu *boyband* Korea Selatan yang menggunakan media sosial Twitter dengan akun @NCTsmtown, @NCTsmtown_DREAM, dan @WayV_official sebagai media komunikasi dengan penggemarnya.

Konsep dari *boyband* NCT ini adalah mempunyai anggota yang tidak terbatas, artinya baik penggemar maupun non penggemar tidak akan tahu berapa banyak jumlah anggota NCT ke depannya. NCT juga menjadi salah satu *boyband* dengan jumlah anggota terbanyak yaitu 23 anggota (Taeil, Johnny, Taeyong, Yuta, Kun, Doyoung, Ten, Jaehyun, Winwin, Jungwoo, Lucas, Mark, Hendery, Xiajun, Renjun, Jeno, Haechan, Jaemin, Chenle, Jisung, Shotaro, dan Sungchan). Sesama penggemar biasanya melakukan interaksi lewat akun media sosial yang dibuat oleh mereka sendiri. Akun media sosial tersebut disebut sebagai *fan account*, artinya akun tersebut dikhususkan untuk membahas, mendukung serta berbagi semua informasi mengenai idola *boyband* atau *girlband* yang mereka gemari.

Penggemar K-Pop juga berinteraksi dengan penggemar lain lewat akun *auto base*, akun *auto base* memiliki suatu fitur yang memfasilitasi para pengguna Twitter yang ingin melakukan publikasi suatu pesan yang tidak memperlihatkan identitas asli dengan suatu maksud dan tujuan tertentu (Maulida, 2020). Salah satu akun *auto base* NCT di Twitter dengan username @ncitybase_ yang memiliki *followers* sebanyak 234.000. Menurut Denis McQuail dalam buku Teori Komunikasi Massa, ciri paling utama media baru adalah adanya saling keterhubungan, aksesnya terhadap individu

sebagai penerima pesan maupun pengirim pesan. Berdasarkan penjelasan tersebut media sosial memiliki keunggulan dalam sebuah kelompok yang memiliki tujuan sama untuk saling berbagi dan bertukar informasi, individu – individu dalam kelompok dinilai cocok jika mereka dapat berinteraksi lewat media sosial, terutama kelompok penggemar K-Pop (Fellicya, 2015).

Kepopuleran *boyband* NCT tentu berdampak pada pertumbuhan *fan account* yang ada di media sosial Twitter. *Fan account* merupakan sarana komunikasi yang digunakan oleh penggemar K-Pop yang terjadi di dalam media sosial. Sebagai pengguna media sosial, komunikasi yang digunakan adalah komunikasi tidak langsung, atau komunikasi yang membutuhkan alat komunikasi yang fungsinya sebagai media komunikasi agar pesan dapat tersampaikan oleh komunikan. Di dalam media sosial Twitter, komunikasi yang terjalin pada kelompok penggemar NCT sangat terbatas. Jika, kita berinteraksi secara langsung maka kita dapat melihat wajah, gerak – gerak orang tersebut. Tetapi jika lewat media sosial Twitter maka kita tidak dapat melihat langsung interaksi yang terjadi. Kemungkinan komunikasi yang terjalin di dalam media sosial dapat menimbulkan sebuah konflik antara penggemar NCT atau bisa timbul kesalahpahaman. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan pola komunikasi yang terbentuk dalam kelompok penggemar NCT pada media sosial Twitter.

2. Metode Penelitian

Penulis menggunakan pendekatan penelitian kualitatif untuk mendeskripsikan pola komunikasi yang terbentuk dalam kelompok penggemar NCT pada media sosial Twitter. Sementara untuk metode penelitian, penulis memilih metode penelitian studi kasus karena peneliti ingin meneliti pengalaman penggemar pada saat berinteraksi dengan penggemar lain pada akun *fanbase* NCT (@ncitybase_) di media sosial Twitter sehingga menciptakan pola komunikasi. Penelitian ini akan meneliti tentang pola komunikasi kelompok penggemar NCT khususnya pada akun *fanbase* NCT @ncitybase_ pada media sosial Twitter.

Dalam penelitian ini yang menjadi subjek penelitian adalah admin *fanbase* NCT @ncitybase_ dan empat *followers* @ncitybase_. Objek penelitian ini adalah pola komunikasi yang terbentuk dalam kelompok penggemar NCT pada media sosial NCT. Data hasil penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara mendalam, observasi partisipan, dokumentasi, dan studi kepustakaan terhadap empat narasumber.

Penulis menggunakan teknik triangulasi metode dan sumber data untuk membandingkan informasi dan data yang didapat dari masing – masing narasumber menggunakan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi sehingga memperoleh hasil data akhir yang valid, kredibel, dan akurat.

3. Hasil Temuan dan Diskusi

Awal Mula Membuka Akun *Auto Base* @ncitybase_ dan *Fan Account*

a. Awal mula membuka akun *auto base* @ncitybase_

Informan I sekaligus pemilik akun @ncitybase_, menyatakan membuat akun *auto base* @ncitybase_ karena pada saat itu sedang ramai akun *auto base* dan belum ada yang membuat akun *auto base* tentang K-Pop atau NCT.

b. Awal mula membuka *fan account*

Informan II dan IV membuka akun agar lebih mudah untuk mencari informasi tentang idola, Informan III membuka akun karena untuk mendukung idola dan bisa mendapatkan banyak teman dari berbagai daerah. Informan V memilih membuka akun agar dapat berinteraksi dengan NCTZEN yang lain.

Interaksi Akun *Auto Base* dan *Followers*

- a. Interaksi akun *auto base @ncitybase_*
Berdasarkan informasi dari Informan I interaksi dengan *followers @ncitybase_* dilakukan dalam seminggu sekali. Interaksi dilakukan dalam bentuk *open follow*, hal ini biasa dilakukan di hari *weekend*, antara sabtu dan minggu, interaksi lain juga dilakukan pada fitur *space* lewat media sosial Twitter.
- b. Interaksi *followers @ncitybase_*
Dari hasil informasi dari informan II, III, IV, dan V berinteraksi dengan cara yang sama yaitu dengan membalas *tweet* lewat *reply* yang disampaikan lewat akun *auto base @ncitybase_*.

Hal yang Dibicarakan Akun *Auto Base* dan *Followers*

- a. Topik yang dibicarakan akun *auto base @ncitybase_*
Informasi yang diperoleh dari Informan I, akun *auto base* hanya membicarakan berbagai macam topik tentang NCT.
- b. Topik yang dibicarakan *followers @ncitybase_*
Informan II dan Informan I hanya membicarakan NCT dan suka bercanda dengan penggemar lain agar lebih akrab. Informan II dan III memiliki kesamaan dengan hal yang dibicarakan yaitu membicarakan teaser comeback NCT. Sementara Informan V lebih membicarakan Bias serta rumor dan berita yang trending di Twitter.

Pendapat tentang Budaya K-Pop

Dari pernyataan semua informan mengenai budaya K-Pop memberikan informasi yang sama yaitu telah memberikan dampak yang positif. Informan I, melihat budaya K-pop memberikan salah satunya jadi mempunyai *online shop*, dan bahkan ada juga yang dapat menerbitkan buku karena mempunyai hobi menulis dari karakter idolanya. Informan II memberikan informasi bahwa K-Pop dapat dijadikan sebagai wadah untuk para penggemar K-Pop bisa belajar bahasa Korea dari lagu – lagu Korea. Informan III memberikan pendapat lain yaitu K-Pop dapat membangun potensi dalam diri yang gemar menari dan menyanyi, karena budaya K-Pop berhubungan dengan menari dan menyanyi, sehingga dapat membangun potensi diri. Informan IV memberikan pendapatnya tentang K-Pop yaitu menjadi bisa belajar dari konten NCT. Informan V memberikan pendapat lain yaitu budaya K-Pop adalah sebuah genre musik yang berasal dari Korea dan menjadi ciri khas dari Korea.

Proses Komunikasi akun *auto base @ncitybase_* pada media sosial Twitter.

Menurut Bungin (2009) proses komunikasi dapat digambarkan dalam bentuk model komunikasi antar manusia. Interaksi di akun *auto base @ncitybase_* terbagi menjadi dua proses komunikasi, sebagai berikut:

- a. Proses Komunikasi Antara Admin *Auto Base* dan *Followers Auto Base*
Menurut Bungin dalam buku Sosiologi komunikasi, proses komunikasi dapat terjadi dalam lima langkah model komunikasi. Langkah pertama dalam proses komunikasi yaitu ideation, menciptakan informasi. Langkah kedua dalam

menciptakan pesan adalah *encoding*, yaitu sumber yang akan menerjemahkan informasi ke dalam wujud kata – kata, tanda – tanda, atau lambang – lambang. Langkah ketiga adalah penyampaian pesan yang telah di sandi (*encode*). Pada langkah ini menggunakan saluran atau *channel* untuk mengirim pesan. Pada langkah keempat, ada proses *decoding*, yaitu tahap untuk memberikan penafsiran terhadap pesan atau informasi yang disampaikan. Langkah terakhir adalah umpan balik, memungkinkan sumber untuk mempertimbangkan pesan yang disampaikan kepada penerima, respon dapat berupa kata – kata (Bungin, 2009). Dalam hal ini informan memberikan informasi terkait interaksi yang dilakukan dalam bentuk sesi *open follow back* dan fitur *space* dalam media sosial Twitter.

- b. Proses Komunikasi Antar *Followers* akun *auto base @ncitybase_*
Informan melewati proses komunikasi melalui interaksi lewat *reply* dari *tweet*, pengirim akan memulai proses pengiriman pesan lewat *direct message* dan akan disampaikan dalam bentuk *tweet* pada media sosial Twitter. Penerima akan menerima pesan tersebut lalu akan memberikan respon terhadap pesan tersebut.

Pola Komunikasi yang terbentuk di akun *auto base @ncitybase_*

Pola komunikasi dapat diartikan sebagai bentuk suatu hubungan antara dua orang atau lebih dalam proses pengiriman dan penerimaan dengan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami (Azeharie & Khotimah, 2015). Menurut DeVito, pola komunikasi terbagi menjadi lima model pola komunikasi, yaitu pola komunikasi roda, pola komunikasi bintang, pola komunikasi Y, pola komunikasi rantai, dan pola komunikasi lingkaran (Indrajaya, 2017). Interaksi yang terjadi dalam akun *auto base @ncitybase_* akan membentuk pola komunikasi. Pola komunikasi yang terbentuk dibagi menjadi dua bagian, sebagai berikut:

- a. Pola Komunikasi Antara Admin *Auto Base* dan *Followers Auto Base*
Menurut DeVito, pola komunikasi roda, adalah pola yang mengarahkan seluruh informasi kepada individu yang berada di posisi tengah. Pola ini berfokus pada seorang yang berada di posisi tengah untuk dapat berhubungan langsung dengan semua anggota kelompoknya. Pola komunikasi bintang, pada pola komunikasi ini semua anggota akan saling berkomunikasi satu dengan yang lainnya. Berdasarkan informasi yang didapat dari informan pola komunikasi yang terbentuk ada dua, yaitu pola komunikasi roda karena pesan yang disampaikan akan berpusat pada satu orang yang berada ditengah, interaksi dari sesi *open follow back* dapat membentuk pola komunikasi roda. Dari informasi yang didapat dari informan, interaksi melalui fitur *space* dapat membentuk pola komunikasi bintang, karena semua orang yang berada didalamnya saling berkomunikasi satu sama lain.
- b. Pola Komunikasi Antara *Followers Auto Base*
Pola komunikasi bintang menurut DeVito, pada pola komunikasi ini semua anggota akan saling berkomunikasi satu dengan yang lainnya. Berdasarkan informasi yang didapat dari semua informan, pola komunikasi yang terbentuk dari hasil interaksi adalah pola komunikasi bintang, karena didukung oleh interaksi dari *reply*, semua orang akan saling berinteraksi satu sama lain lewat *reply*.

4. Simpulan

Penggemar NCT melakukan interaksi dengan penggemar lain untuk dapat memenuhi kebutuhan informasi mengenai NCT. Twitter merupakan salah satu media sosial yang dipilih oleh penggemar NCT untuk dijadikan sarana berinteraksi karena lebih mudah untuk diakses dan informasi yang tersebar juga cepat. Interaksi penggemar melalui akun atau base @ncitybase_ dapat terjadi melalui proses komunikasi dari komunikator ke komunikan agar pesan dapat tersampaikan. Interaksi penggemar ini juga dapat membentuk dua pola komunikasi diantaranya pola komunikasi roda dan pola komunikasi bintang.

5. Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara, narasumber, dan seluruh pihak yang membantu dan mendukung penulis selama proses penyusunan penelitian sampai terbitnya publikasi hasil penelitian ini.

6. Daftar Pustaka

- Azeharie, S., & Khotimah, N. (2015). Pola Komunikasi Antarpribadi antara Guru dan Siswa di Panti Sosial Taman Penitipan Anak “Melati” Bengkulu | *Azeharie | Jurnal Pekommas*.
<https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/pekommas/article/view/1180307/pdf>
- Fellicya, F. (2015). Pola komunikasi penggemar k-pop (korean pop) melalui media sosial (twitter) (studi etnografi pada komunitas penggemar k-pop di media sosial).
- Indrajaya, N. (2017). Jurnal Pola Komunikasi Ikatan Mahasiswa Lampung (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Pola Komunikasi Kelompok Dalam Kegiatan Ik. <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:yLLSDX6yB0kJ:www.jurnalkommas.com/docs/jurnal%2520D1215040.pdf+&cd=6&hl=en&ct=clnk&gl=id>
- Maulida, I. H. (2020). Kepercayaan Dan Sikap Pengguna Twitter Dalam Merespon Konten Anonim Akun Twitter @Askmenfess. <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:2QCbLaVj4ngJ:repository.untag-sby.ac.id/3543/7/JURNAL.pdf+&cd=1&hl=en&ct=clnk&gl=id>
- Nurinda, D. (2018). Pola Komunikasi Kelompok Fansite Exonesia Dalam Membangun Eksistensi Dalam Lingkup Penggemar K-Pop *Debbiani Nurinda debbyaninur*.
<https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:QYzEt15Qp1IJ:http://publikasi.mercubuana.ac.id/index.php/viskom/article/download/6509/2772+&cd=3&hl=en&ct=clnk&gl=id>