J-KIs JURNAL KOMUNIKASI ISLAM

p-ISSN 2723-4703 I e-ISSN 2797-1619
https://doi.org/10.53429/j-kis.v5i2.1149

Submission: 16/11/2024, Review: 9/12/2024
Accepted: 11/12/2024, Publish: 26/12/2024

Pola Komunikasi Kelompok Pada Komunitas Penggemar K-Pop Dalam Fandom Carat Solo

[1]Nikmatul Mauludiah, [2]Rhesa Zuhriya Briyan Pratiwi, [3]Joni Rusdiana, [4]Mei Candra Mahardika

[1,2,3,4]UIN Raden Mas Said Surakarta
[1]nikmatulmaulud@gmail.com, [2]rhesazuhriya.bp@staff.uinsaid.ac.id

Abstract

The rise of Korean Wave culture entering Indonesia, especially the K-Pop music industry, has succeeded in encouraging people to create fan communities related to their idols. Solo is a forum for fans of the boy group Seventeen, namely Carat, to interact between members of the Carat Solo fandom community. The communication that occurs in the Carat Solo fandom community can influence the responsiveness and activeness of its members as well as knowing the group communication patterns that occur within it. The aim of this research is to describe group communication patterns among K-Pop fans that occur within the Carat Solo fandom. This research uses a qualitative descriptive research method with a case study approach. Data analysis will be directed at group communication that occurs within the Carat Solo fandom community. Data collection used was by means of observation, in-depth interviews, and documentation of several secondary sources relevant to members of the Carat Solo fandom community as research subjects, as well as group communication patterns as research objects. The research results show that the communication patterns that exist between members are verbal and non-verbal. The interactivity that exists within the Carat Solo fandom community shows stellar communication patterns. Even though the admin base is the leader, members of the Carat Solo fandom community can interact directly with all other members and have full control over the decisions that occur. Communication that occurs in the Carat Solo fandom community tends to be passive because there are still many members who are less active and provide little responsiveness in it.

Keywords*: Carat fandom community; Group communication; Boygroup Seventeen*

Abstrak

Maraknya budaya *Korean Wave* yang masuk di negara Indonesia khususnya industri musik K-Pop berhasil mendorong masyarakat untuk membuat sebuah komunitas penggemar yang berkaitan dengan idolanya. Solo menjadi wadah pada penggemar *boygroup* Seventeen yaitu Carat untuk berinteraksi antar anggota Komunitas *fandom* Carat Solo. Dengan adanya komunikasi yang terjadi di komunitas *fandom* Carat Solo dapat mempengaruhi responsivitas dan keaktifan pada anggotanya serta untuk mengetahui pola komunikasi kelompok yang terjadi di dalamnya. Tujuan dari penelitian ini untuk mendeskripsikan pola komunikasi kelompok pada penggemar K-Pop yang terjadi di dalam *fandom* Carat Solo. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Analisis data akan diarahkan pada komunikasi kelompok yang terjadi di dalam komunitas *fandom* Carat Solo. Pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan cara observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi beberapa sumber sekunder yang relevan dengan anggota komunitas *fandom* Carat Solo sebagai subjek penelitian, serta pola komunikasi kelompok sebagai objek penelitian. Hasil penelitian menunjukan pola komunikasi yang terjalin antar anggota berupa vebal dan non verbal. Interaktivitas yang terjalin di dalam komunitas *fandom* Carat Solo menunjukan pola komunikasi bintang. Meskipun *admin base* sebagai pemimpin, akan tetapi anggota komunitas *fandom* Carat Solo dapat bernteraksi secara langsung dengan semua anggota lainya dan memegang penuh keputusan yang terjadi. Komunikasi yang terjadi pada komunitas *fandom* Carat Solo cenderung pasif dikarenakan masih terdapat banyak anggota yang kurang aktif dan sedikit memberikan responsivitas di dalamnya.

Kata Kunci: Komunitas *fandom* Carat; *Boygroup* Seventeen; Komunikasi Kelompok

PENDAHULUAN

Pada era saat ini kebudayaan populer sangat diminati oleh banyak masyarakat khususnya Indonesia. Budaya populer merupakan budaya yang dibentuk sendiri oleh masyarakat dengan secara tidak sadar sehingga dapat diterima dan diadopsi secara meluas dalam masyarakat (Ardia, 2014). Salah satu contoh budaya populer yang berhasil menyita perhatian saat ini, khususnya di Indonesia adalah budaya populer Korea Selatan atau sering disebut sebagai *Korean Wave.*

Korean Wave dalam Bahasa Korea biasa disebut dengan kata *hallyu. Hallyu* adalah istilah yang tersebar secara global diberbagai negara termasuk di Indonesia. Istilah *Korean Wave* atau *hallyu* pertama kali muncul pada awal bulan November

1999. Penyebaran *Korean Wave* sudah direncanakan sejak masa pemerintahan presiden Kim Dae Jung (1993-1998) yang memiliki slogan *"Creation of The New Korea"* (I. P. Putri et al., 2019).

Penyebaran *Korean Wave* di Indonesia diawali dengan identiknya dunia hiburan seperti musik, *variety show*, hingga drama yang dikemas secara apik sehingga menyajikan budaya Korea Selatan. Salah satu contohnya bermula ketika salah satu drama korea atau biasa yang disebut dengan drakor yang berjudul *"Endless Love"* ditayangkan pada salah satu stasiun televisi Indonesia pada tahun 2002 sehingga banyak masyarakat Indonesia yang terhanyut dalam alur cerita drama tersebut (Mahardika et al., 2022). Adanya fenomena inilah yang menjadi fakta pendorong masuknya Korean Pop atau K-Pop di Indonesia.

K-pop merupakan singkatan dari Korean Pop, dimana merujuk pada musik populer yang berasal dari Korea Selatan. Musik K-Pop umumnya mencakup pada berbagai elemen *genre* seperti hip hop, elektronik, dan R&B yang dipadukan dengan gaya visual dan estetika yang dibawakan oleh idol idol baik dalam bentuk *band, boygroup, girlgroup,* maupun solois sehingga terkemas secara epic (Sakinah et al., 2022). Dengan elemen diatas menjadikan K-Pop mendapatkan penggemar yang terus bertambah di kalangan masyarakat Indonesia. Penggemar - penggemar inilah yang dinamakan *fans* atau K-Popers. Kabarnya hingga saat ini banyak dari mereka yang membangun komunitas - komunitas penggemar idol mereka atau yang biasa disebut dengan *fandom.*

Fandom merupakan suatu konvergensi budaya yang menjalankan kekuasaan atas komunitas nya dan media yang terkait dengannya (Amalia, 2022). Fandom memiliki singkatan dari *fan kingdom* yang berarti kerajaan fan (Nurinda, 2018). Dirangkum dalam laporan twitter, Indonesia menjadi negara dengan jumlah penggemar K-Pop terbanyak di dunia yang kebanyakan didominasi oleh masyarakat dengan usia kisaran 20 hingga 49 tahun. Sementara itu, posisi kedua dengan jumlah *fans* K-Pop terbesar di dunia diduduki oleh negara Jepang, selanjutnya disusul oleh Filiphina, Korea Selatan, Thailand, Amerika Serikat, Meksiko, Malaysia, Brazil, dan India (Alifah, 2022). Menurut pemaparan yang disampaikan oleh Jennifer Heryanto, Co-Founder K-Playlist, hingga tahun 2024, Indonesia masih menjadi negara dengan jumlah *fans* K-Pop terbesar di Dunia (Sutriyanto, 2024). Melihat banyaknya penggemar K-Pop di negara Indonesia yang semakin berkembang, memungkiri masyarakat untuk membuat komunitas komunitas *fandom fan base* sesuai dengan idola mereka masing-masing.

Fandom K-Pop dikenal karena memiliki basis penggemar yang besar dan sangat berdedikasi diseluruh dunia. Anggota *fandom* seringkali membentuk komunitas-komunitas atau nama resmi fandom mereka masing-masing. Dilansir dalam laman berita Sindonews.com, *fandom* K-Pop yang marak dan besar hingga

tersebar di negara Indonesia seperti Army (BTS), NCTzen (NCT), Carat (Seventeen), ELF (Super Junior), Blinks (Blackpink), EXO-L (EXO), MOA (TXT), Stay (Stray Kids), Reveluv (Red Velvet), Midzy (ITZY), dan sebagainya (wahyono, 2023). Tujuan dibentuknya komunitas *fandom* tersebut untuk mendukung idola mereka baik dengan cara mengadakan suatu *event* yang berkaitan dengan idolnya, *streaming music*, membeli *merchandise* idolnya, hingga berpartisipasi dalam berbagai aktivitas yang bertujuan untuk mendorong kesuksesan dan popularitas idolanya. Indonesia khususnya Kota Solo yang berada di Provinsi Jawa Tengah menjadi salah satunya yang memiliki *fans* K-Pop dengan jumlah yang banyak. Tak sedikit dari mereka yang membentuk komunitas *fandom* masing-masing, salah satunya *fandom* atau Komunitas Carat Solo.

Fandom Carat Solo merupakan *fandom* yang dibentuk oleh salah satu penggemar *boyband* Seventeen yang berasal dari Korea Selatan. *Fandom* Carat Solo dibentuk pada tanggal 02 April 2022. Pemakaian nama Carat sebagai *fandom boyband* Seventeen bukan semata - mata hanya nama saja. Pada tanggal 14 Februari 2016, Seventeen secara resmi mengumumkan nama untuk penggemar atau *fandom* mereka ialah "Carat" melalui hasil *voting*. Kata Carat sendiri diambil dari salah satu lagu Seventeen yang berjudul *"Shinning Diamond"* pada album debut mereka yang bertajuk 17 Carat (Kumpuran.com, 2020).

Meskipun komunitas *fandom* Carat Solo sudah berdiri kurang lebih dua tahun, komunikasi yang terjalin di dalamnya masih berjalan dengan baik. Adapun perbandingan komunikasi yang terjalin antara *fandom* Carat dan *fandom* idol lainya bisa dilihat dari komunikasi yang terjalin diantara Carat dengan idolanya Seventeen. Dalam konteks ini, diartikan bahwasanya Penggemar *boygroup* Seventeen yaitu Carat dapat langsung berinteraksi dengan idolanya yakni Seventeen melalui *platform Weverse.* Sedangkan belum tentu idol idol lain menggunakan *platform* tersebut. Para penggemar *boyband* Seventeen dapat secara langsung berinteraksi dengan membalas komen, postingan hingga mendapatkan *update* dari para idolanya sehingga dengan inilah yang menjadikan penggemar Seventeen lebih dekat dengan idolanya. Selain itu, perbandingan antara *fandom* Carat dengan *fandom* idol lainya terletak pada pembagian unit Seventeen. Apabila pada idol idol lain hanya memiliki satu *unit* saja, akan tetapi di dalam *boygroup* Seventeen terbagi menjadi tiga *sub unit* diantaranya *vocal unit, hib hop unit,* dan *performance unit.* dengan adanya sebagian *unit* ini, para Carat memiliki cara unik untuk mendukung idolanya. Dimana banyak Carat yang lebih fokus pada *unit* tertentu atau semua *unit* dengan cara yang berbeda, tergantung pada aktivitas yang dijalankan pada masing-masing *unit.* Hal ini dapat menambah variasi dan kekayaan interaksi dalam *fandom* Carat.

Tidak dipungkiri dari masa ke masa semakin banyak masyarakat Indonesia khususnya di Kota Solo yang masuk ke dalam *fandom* Carat ini. Tujuan dibentuknya

fandom Carat Solo adalah untuk membentuk pola komunikasi antar anggotanya baik secara *offline* maupun *online.* Anggota Carat Solo sering kali melakukan interaksi sesama anggota sehingga mendapatkan *feedback* dari anggota lainnya. Sehingga dengan penjabaran diatas dapat diartikan bahwasanya anggota Carat Solo dapat membentuk pola komunikasi mereka untuk menyambungkan pikiran antara satu dengan yang lainnya di dalam *fandom* Carat Solo.

Menurut Parwati (2023)Pola Komunikasi adalah suatu bentuk gambaran dari berbagai proses komunikasi yang terjalin dan saling menunjukan hubungan antara satu komponen dengan komponen lainnya. Di dalam sebuah kelompok, adanya interaksi di dalam proses komunikasi memungkinkan sebuah pola yang terjadi karena bertindak sebagai kerangka kerja yang dapat mengatur bagaimana informasi mengalir, keputusan yang diambil, dan hubungan antar anggota yang terbentuk. Tanpa adanya pola komunikasi yang jelas, suatu kelompok akan kesulitan untuk mencapai tujuan mereka. Sehingga dalam hal ini pola komunikasi bisa dikaitkan dengan komunikasi kelompok karena pola komunikasi dapat mengalirkan informasi di dalam suatu kelompok yang mempengaruhi efektivitas serta kinerja kelompok secara keseluruhan. Pola komunikasi yang terjalin antar anggota Carat Solo dapat berupa berbagai hal, diantaranya mereka saling memberikan informasi yang menyangkut dengan idolanya Seventeen. Pola komunikasi yang terjalin di dalamnya termasuk ke dalam pola komunikasi kelompok dimana interaksi yang terjadi menjadi dua arah.

Komunikasi kelompok merupakan komunikasi yang dilakukan oleh komunikator dengan suatu kelompok yang memiliki jumlah anggota lebih dari dua. Komunikasi kelompok adalah suatu bentuk studi dimana segala sesuatu yang terjadi ketika seseorang melakukan interaksi ke dalam kelompok kecil ataupun kelompok besar mengenai bagaimana komunikasi yang seharusnya terjadi (Ginting et al., 2023).

Carat Solo dapat digunakan sebagai wadah untuk berinteraksi terkait dengan beberapa pembahasan mengenai idolanya Seventeen. Akan tetapi, dalam hal ini banyak dari anggota yang cenderung memilih diam tanpa merespon dan memberikan *feedback* pembahasan dari anggota lainnya. Hal inilah yang menjadikan faktor penghambat interaksi di dalamnya. Selain itu, mengacu pada kurangnya respon anggota Carat Solo juga mendapatkan perhatian oleh peneliti mengenai keaktifan anggota di dalamnya. Banyak anggota yang masuk ke dalam *fandom* atau komunitas Carat Solo tetapi tidak menunjukan respon atau keaktifan sebagai anggotanya. Tidak hanya itu, interaksi komunikasi yang terjadi dapat juga dilihat dari aktivitas para anggota Carat Solo dimana mereka saling membagikan informasi mengenai *event,* baik Seventeen ataupun *event* K-Pop lainnya. Dengan banyaknya *event* K-Pop yang diadakan di Solo menjadikan inspirasi bagi para anggota Carat Solo untuk mengadakan *event gathering* guna membangun interaksi dengan para anggotanya serta sebagai bentuk dukungan untuk idolanya, Seventeen.

Gambar 1. Terjadinya kesalahpahaman antar anggota mengenai penyalahgunaan komunitas *fandom* Carat Solo dalam pembentukan *event.*
Sumber: *Screenshoot* dari *group whatsapp* Carat Solo

Terlebih mengenai *event* yang diselenggarakan oleh Carat Solo, jika dilihat dari bukti gambar diatas masih banyak anggota yang mengadakan *event* mengatasnamakan komunitas Carat Solo sehingga menyebabkan terjadinya *misscommunication* antar anggota penyelenggara, *admin base*, dan anggota lainnya. Tidak dipungkiri interaksi -interaksi yang terjadi diatas secara tidak langsung membuat para anggota Carat Solo melakukan pola komunikasi di dalam kehidupan mereka.

Penelitian ini didukung oleh artikel jurnal terdahulu yang ditulis oleh Poethrycendrawan & Utami (2022) dengan judul "Pola Komunikasi Kelompok Penggemar NCT Pada Media Sosial Twitter". Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif deskriptif dengan penelitian studi kasus. Teori yang diambil pada penelitian ini menggunakan teori komunikasi kelompok dan pola komunikasi. Hasil dari penelitian yang didapatkan menunjukan bahwasanya pola komunikasi yang terbentuk antara *admin base* dan *followers* yakni pola komunikasi bintang dan roda. Sementara pola komunikasi dari *followers* dan *admin base* yaitu pola komunikasi binatang. Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian yang akan ditulis terletak pada subjek, objek, dan informan penelitiannya.

Kedua, penelitian yang ditulis oleh Savitri et al. (2020) yang bejudul "Twitter Sebagai Media Komunikasi (Studi *Content Analysis* Penggemar K-Pop Pada Komunitas Once Kalimantan Selatan)". Penelitian ini menggunakan metode penelitian pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Hasil dari penelitian ini menunjukan bahwasanya komunitas Once Kalimantan Selatan lebih menyukai komunikasi menggunakan media twitter karena memiliki fitur - fitur *interface* yang lebih nyaman seperti *hastag*, *topics*, dan sebagainya. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan ditulis terletak pada subyek penelitian, obyek penelitian, informan, dan fokus topiknya. Sehingga dari kedua penelitian terdahulu yang telah dipaparkan dalam ranah pola komunikasi yang terjalin di dalam anggota komunitas Carat Solo tampaknya belum ada penulis yang meneliti mengenai hal tersebut. Meskipun dilihat dari banyaknya penulis yang menggunakan pola komunikasi sebagai acuan penulisan, serta penggunaan media sosial dan *fandom* lainnya, tetapi hal tersebut belum ada yang memiliki spesifikasi secara khusus pada komunitas *fandom* Carat Solo.

Penelitian ini berfokus pada pola komunikasi kelompok yang terjalin pada penggemar K-Pop dalam *fandom* Carat Solo. Dengan ini penulis menggunakan teori komunikasi kelompok untuk mengetahui pola komunikasi kelompok apa saja yang terjadi di dalam komunitas Carat Solo. Adapun metode penelitian yang digunakan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus sehingga penelitian yang diambil lebih fokus dalam pemahaman mengenai konteks dari fenomena yang diteliti.

Penelitian ini berfokus pada pola komunikasi kelompok yang terjalin pada penggemar K-Pop dalam *fandom* Carat Solo. Dengan ini penulis menggunakan teori komunikasi kelompok untuk mengetahui pola komunikasi kelompok apa saja yang terjadi di dalam komunitas Carat Solo. Adapun metode penelitian yang digunakan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus sehingga penelitian yang diambil lebih fokus dalam pemahaman mengenai konteks dari fenomena yang diteliti.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Menurut Sugiyono metode penelitian kualitatif adalah metode yang memiliki landasan terhadap filsafat postpositivisme, yang bertujuan untuk meneliti suatu obyek yang alamiah, dimana peneliti sebagai instrumen kunci (Mihendra et al., 2020). Pengambilan data dilakukan secara purpostiv sampel dimana kriteria yang dipilih merupakan anggota dari komunitas *fandom* Carat Solo, berusia 17 tahun hingga 30 tahun, dan telah bergabung pada komunitas *fandom* Carat Solo minimal tiga bulan. Pengumpulan data dilakukan

dengan trianggulasi (gabungan), dan analisis data yang terjadi bersifat kualitatif atau induktif, serta hasil penelitian lebih menekankan pada generalisasi makna. Sedangkan deskriptif kualitatif merupakan suatu pendekatan yang digunakan untuk menggambarkan atau menjelaskan suatu fenomena keadaan dengan mendalam, dapat berupa kata - kata tertulis ataupun melalui lisan orang - orang maupun perilaku yang diamati. Metode deskriptif kuailtatif lebih fokus dalam pemahaman menyeluruh tentang konteks dan makna dari fenomena yang diteliti (Waruwu, 2023). Adapun pendekatan studi kasus adalah bentuk upaya untuk mendeskripsikan suatu masalah dengan cara menganalisis kejadian atau fenomena secara mendalam baik berupa masyarakat maupun kebijakan institusi (Hasibuan et al., 2022).

Alasan penulis menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus ini agar dapat memahami dan merinci secara dalam mengenai pola komunikasi yang terjadi dalam *fandom* Carat Solo dalam konteks yang lebih luas dan kompleks. Pendekatan ini memungkinkan penulis untuk mengeksplorasi dan merespon pada keragaman pengalaman penggemar serta dapat mengungkapkan makna dan dinamika yang mungkin tidak dapat diukur secara kuantitatif.

Metode pengumpulan data yang digunakan peneliti yaitu dengan menggunakan teknik observasi dimana peneliti terlibat langsung ke dalam komunitas *fandom* Carat Solo sehingga dapat mengamati secara langsung pola komunikasi kelompok yang terjadi di dalam komunitas tersebut. Selanjutnya peneliti mengumpulkan data dengan cara melakukan wawancara dimana peneliti melibatkan 10 informan yaitu 1 *admin base* Komunitas *fandom* Carat Solo, dan 9 anggota komunitas *fandom* Carat Solo. Kemudian pengambilan data dilakukan melalui dokumentasi, dimana peneliti melakukan tangkapan layar pada beberapa komunikasi yang dilakukan di dalam Komunitas *fandom* Carat Solo guna mempererat bukti yang terjadi.

Untuk menguji keabsahan data yang ada, penulis menggunakan teknik trangulasi. Triangulasi data dilakukan dengan cara memverifikasi data yang didapat oleh peneliti dari beberapa informan dan sumber-sumber yang ada. Kemudian data data yang terdapat dari sumber dan informan tersebut dianalisis, dideskripsikan dan dikategorikan dengan tujuan untuk mengidentifikasi pandangan yang serupa, yang berbeda, dan yang spesifik dengan masing-masing sumber.

Berdasarkan metode penelitian diatas, penulis berharap mendapatkan aspek - aspek yang relevan mengenai fenomena yang diteliti, serta dapat mengidentifikasi pemahaman yang mendalam mengenai pola dan *trend* dari sisi subjektif penggemar, dan dapat memberikan wawasan baru mengenai bagaimana pola komunikasi kelompok pada penggemar K-Pop dalam *fandom* Carat Solo.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Komunitas *fandom* Carat Solo merupakan suatu wadah perkumpulan penggemar *boyband* asal Korea Selatan yaitu Seventeen. Komunitas *fandom* Carat Solo dibuat melalui *group chat whatsapp* oleh salah satu penggemar *boyband* Seveteen pada tanggal 02 April 2022 dengan tujuan agar penggemar penggemar *boyband* Seventeen lainya yang berasal dari Kota Solo dan sekitarnya dapat bertukar fikiran sehingga membentuk pola komunikasi kelompok dan untuk mempererat pertemanan serta untuk mendukung kesuksesan idolanya Seventeen. Hingga saat ini (03 Agustus 2024) jumlah anggota komunitas *fandom* Carat Solo ini mencapai 567 anggota (berdasarkan dokumentasi dan observasi dalam *group whatsapp* Carat Solo).

Dalam Komunitas *fandom* Carat Solo terdapat beberapa media yang biasanya mereka gunakan untuk berkomunikasi dan berinteraksi antar anggota satu dengan anggota lainnya, yakni Instagram (@Caratsolo_17) dan *group whatsapp* Carat Solo. Biasanya anggota komunitas *fandom* Carat Solo lebih cenderung menggunakan media informasi berupa *grup whatsapp* sebagai sarana komunikasi. Sedangkan untuk Instagram lebih dikhususkan untuk umum sehingga siapapun orang baik yang termasuk ke dalam *group whatsapp* Carat Solo maupun tidak dapat bebas untuk berkomentar baik melalui laman komentar Instagram @Caratsolo_17 maupun melalui *direct masangger*.

Melalui hasil wawancara dengan *admin base* komunitas *fandom* Carat Solo pada tanggal 14 November 2024 menjelaskan bahwasanya para anggota lebih condong berkomunikasi melalui *group whatsapp* dibandingkan melalui laman media Instagram mereka dikarenakan *group whatsapp* lebih efektif untuk mendapatkan informasi, berdiskusi, serta memiliki jangkauan yang lebih mendalam untuk menyebarluaskan informasi dibandingkan dengan media Instagram yang hanya digunakan untuk menginformasikan kegiatan yang akan dan telah terjadi di dalam komunitas *fandom* Carat Solo serta belum tentu semua mengetahui informasi tersebut.

Dengan adanya media tersebut dapat mempermudah para anggota untuk berinteraksi satu sama lain dan berdiskusi ketika membahas suatu hal yang melibatkan topik idolanya Seveteen. Dilihat melalui *group whatsapp* penyampaian informasi informasi biasanya cenderung dibagikan atau disamapaikan oleh *admin base* yang kemudian menimbulkan timbal balik dari anggotanya. Meskipun peran *admin base* condong sebagai pemimpin akan tetapi di dalam komunitas *fandom* Carat Solo tidak terjadi adanya senioritas. Peran pemimpin yang dimaksud disini ialah *admin base* yang lebih sering untuk mengajak diskusi, memulai percakapan di dalam forum komunitas, serta dapat menjadi figur sentral yang menjaga motivasi dan semangat anggota lainya di dalam *fandom* Carat Solo.

A. Pola Komunikasi Kelompok Dalam Komunitas Fandom Carat Solo

Komunikasi yang terjalin di dalam komunitas *fandom* Carat Solo merupakan sebuah komunikasi kelompok. Kelompok merupakan sekumpulan masyarakat yang memiliki tujuan sama dan menciptakan interaksi untuk mencapai tujuan bersama, mengenal satu sama lainya, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut (Soleh, 2019). Menurut buku *Small Group Communication* komunikasi kelompok merupakan interaksi yang terjalin antara tiga orang atau lebih yang terhubung melalui tujuan yang telah disepakati bersama, pengaruh timbal balik, identitas bersama, serta dapat memecahkan masalah yang mana setiap anggotanya dapat mengingat karakteristik pribadi terhadap anggota anggota lainnya (Linabary Jasmine, 2021)

Komunitas *fandom* Carat Solo juga melakukan hal-hal yang berkaitan dengan penjabaran mengenai komunikasi kelompok diatas. Pola komunikasi yang terjalin di dalam komunitas *fandom* Carat Solo termasuk ke dalam golongan pada pola komunikasi interaktif atau dua arah. Komunikasi interaktif atau dua arah dapat terjadi ketika pengirim dan penerima saling bertukar pesan, baik berupa umpan balik atau *feedback* yang memungkinkan terjadinya dialog maupun diskusi tertentu (Nurinda, 2018).

Gambar 2. Diskusi *admin base* dengan anggota mengenai *event* yang akan diselenggarakan komunitas *fandom* Carat Solo.
Sumber: Screenshoot *dari* group whatsapp *Carat Solo*

Gambar diatas menunjukan adanya komunikasi yang terjalin antara *admin base* dan anggota lainya, dimana dalam hal ini terjadi karena adanya *chat* forum dimana *admin base* sebagai pengirim menyampaikan pesan atau informasi di dalam komunitas *fandom* Carat Solo kepada anggota lainya sebagai penerima sehingga menimbulkan bentuk timbal balik atau tanggapan yang diberikan berupa *polling whatsapp.* Berdasarkan gambar dua, dapat dikatakan unsur pola komunikasi kelompok yang terjadi di dalam komunitas *fandom* Carat Solo yaitu menggunakan

simbol verbal dimana ketika *admin base* komunitas *fandom* Carat Solo sebagai komunikator atau pengirim pesan mengungkapkan pikiranya terkait kegiatan *event* yang akan diselenggarakan oleh komunitas *fandom* Carat Solo.

Gambar 3. Pemakaian simbol *horanghae* dalam salah satu *event* komunitas *fandom* Carat Solo.
Sumber: *Group whatsapp* Carat Solo

Dilihat dari gambar tiga pola komunikasi kelompok yang terjadi di dalam komunitas *fandom* Carat Solo tidak hanya menggunakan simbol verbal saja. Tetapi mereka juga menggunakan simbol nonverbal dimana sering kali komunitas *fandom* Carat Solo mengadakan kegiatan *event* yang dihadiri oleh anggota komunitas tersebut dan ketika melakukan pengambilan gambar bersama, mereka serentak menggunakan simbol tangan dengan membentuk cakar macan atau yang biasa para Carat sebut *horanghae*. *Horanghae* sendiri merupakan kombinasi dua kata dalam bahasa Korea yaitu *horangi* (harimau) dan *saranghae* (aku mencintaimu) yang biasa digunakan oleh salah satu member Seventeen yaitu Hoshi untuk mengungkapkan rasa cintanya terhadap para penggemarnya tanpa mengesampingkan kesukaannya mengenai hewan harimau (Kuyou, 2021). Selain itu, menariknya ketika terdapat suatu kegiatan K-Pop di Kota Solo, seringkali anggota komunitas membawa miniatur besar *lightstick* Carat bong sebagai identitas mereka.

Berkaitan dengan hal ini, komunikasi merupakan hal yang penting sebagai penyampaian sebuah pesan ataupun opini dalam suatu kelompok. Dalam komunikasi terdapat sebuah proses transfer suatu simbol, gagasan, ataupun ide yang melibatkan orang lain. Berbicara mengenai hal tersebut, proses komunikasi atau pola komunikasi di dalam komunitas *fandom* Carat Solo menerapkan jenis pola komunikasi bintang. Pola komunikasi bintang merupakan pola komunikasi dimana para anggota dapat berinteraksi satu sama lain tanpa terpusat pada satu orang pemimpin sehingga semua anggota saling berhubungan walaupun tidak bersebelahan (Mendrofa, 2019).

Meskipun dalam komunitas *fandom* Carat penyampaian pesan atau komunikator dilakukan oleh *admin base* dengan memproses suatu ide, gagasan, simbol, ataupun topik yang disalurkan kepada komunikan yaitu anggota komunitas *fandom* Carat Solo, akan tetapi keputusan yang akan diambil tergantung pada keputusan anggota sehingga *admin base* tidak memiliki wewenang dalam pengambilan keputusan penuh.

Berdasarkan proses komunikasi kelompok yang telah dijabarkan diatas, dapat disimpulkan ketika setiap *admin base* menyampaikan pesan di dalamnya yang kemudian diserap oleh anggota lainnya, secara langsung memicu reaksi atau efek anggota untuk memberikan umpan balik terhadap pesan yang dikirim oleh *admin base* komunitas *fandom* Carat Solo. Menurut Harold Laswell efek biasanya muncul setelah komunikan menerima pesan yang telah disampaikan oleh komunikator. Adapun faktor efek yang diterima dapat berbentuk perubahan sikap, peningkatan wawasan, perubahan cara pandang, dan sebagainya (V. K. M. Putri, 2024). Dalam hal ini ketika *admin base* komunitas *fandom* Carat Solo menyampaikan pesan kepada anggota lainya, efek yang didapat bisa dikaitkan dengan responsivitas dan keaktifan mereka dalam memberikan *feedback* untuk komunikator yaitu *admin base* komunitas *fandom* Carat Solo.

B. Komunikasi Kelompok Komunitas *Fandom* Carat Solo Terhadap Responsivitas dan Keaktifan Anggota

Menurut Blanchard yang dikutip dari Nurani et al. (2015)menjelaskan bahwasanya responsivitas merupakan bahasa popular yang biasa digunakan dalam lingkup organisasi, kelompok, ataupun komunitas yang dapat diartikan sebagai kemampuan untuk memberikan pesan balik terhadap suatu rangsangan seseorang. Responsivitas memiliki kata persamaan arti dengan daya tanggap. Dengan adanya responsivitas atau daya tanggap pada suatu kelompok, menjadikan terlihat nya kriteria sesorang dalam menanggapi kepekaan suatu hal yang sedang berlangsung di dalamnya.

Selain itu, keaktifan anggota juga dapat dilihat dari cara respon yang ditunjukkan oleh aggota terhadap penyampaian pesan yang diberikan oleh komunikator. Keaktifan anggota dalam sebuah komunitas juga dapat dilihat dari beberapa indikator, tergantung pada jenis komunikasi dan aktivitas yang dilakukan baik berupa komentar, pesan, atau kolaborasi. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, keaktifan memiliki arti kegiatan atau kesibukan. Keaktifan bisa berupa kegiatan fisik ataupun non fisik. Pengertian keaktifan merupakan suatu rangkaian aktivitas baik fisik maupun mental yang tidak dapat dipisahkan yaitu berupa perbuatan dan berpikir (Wibowo, 2016).

Mengenai hal ini, penulis menganalisis data menggunakan Teori Percakapan Kelompok *(Group Achievement Theory)*. Teori percakapan kelompok berkaitan erat dengan produktivitas kelompok dimana upaya-upaya guna mencapai tujuan melalui

pemeriksaan dari masukan-masukan anggota *(member input)*, variabel variabel perantara *(mediating variabel)*, dan keluaran dari kelompok *(group output)* (Nasikhin, 2015).

Dalam lingkup komunitas *fandom* Carat Solo, peran *admin base* sebagai pemimpin adalah mendengarkan masukan-masukan, ide, serta pemikiran yang dimiliki oleh anggota komunitas *fandom* Carat Solo. Meskipun disini peran *admin base* sebagai pemimpin, akan tetapi keputusan terdapat dari hasil musyawarah dengan semua anggota komunitas *fandom* Carat Solo lainya. Oleh karena itu, masukan atau *input* yang diterima dari anggota komunitas *fandom* Carat Solo dapat diidentifikasi berupa tindakan, interaksi dan harapan yang bersifat individu. Kemudian dari masukan-masukan yang berasal dari anggota baik berupa bentuk pesan *feedback* atau motivasi yang diberikan yang kemudian dapat diidentifikasikan sebagai variabel perantara guna untuk pengambilan keputusan kelompok yang disebut pengeluaran atau *output.*

Sehingga mengenai hal ini, ketika proses komunikasi terjadi di dalam komunitas *fandom* Carat Solo, peran *admin base* di dalamnya sangat penting. Meskipun masih banyak anggota yang masih belum menunjukan keaktifan dan responsivitas mereka guna memberikan *feedback* terhadap apa yang disampaikan oleh *admin base* tetapi hal ini bukan sebagai penghambat proses komunikasi dan interaksi yang terjadi di dalam komunitas *fandom* Carat Solo. Menurut tanggapan *admin base* ketika wawancara yang dilakukan pada tanggal 03 Agustus 2024 menjabarkan bahwasanya sebagai *admin base* berharap agar semua anggota komunitas *fandom* Carat Solo kedepanya dapat memberikan responsvitas dan menunjukan keaktifan ya meskipun hanya dengan memberikan sapaan terhadap anggota lainnya.

Menurut hasil ringkasan wawancara dari Mutia (anggota 1), Dara (anggota 2), Fauziah (anggota 3), Salwa (anggota 4), dan Amareta *(admin base)* yang dilakukan pada tanggal 03 - 04 Agustus 2024, tindakan kurangnya responsivitas dan keaktifan anggota komunitas *fandom* Carat Solo menuai beberapa faktor, diantaranya adalah (1) faktor terlalu banyaknya jumlah anggota yang masuk ke dalam komunitas *fandom* Carat Solo tanpa batasan maksimal anggota sehingga menjadikan banyak anggota yang tidak bisa mengikuti dan mengejar alur topik pembahasan. (2) Tergantung mengenai topik yang sedang dibahas. Banyak dari mereka yang tidak ingin merespon karena topik yang dibahas tidak terlalu menarik. (3) Komunitas *fandom* Carat Solo bukan sebagai komunitas *priority* mereka. Banyak dari anggota komunitas *fandom* Carat Solo yang juga terlibat sebagai anggota komunitas komunitas lainya. Sehingga hal ini yang menjadikan mereka cenderung untuk memilih milih *group* atau komunitas yang menjadi *priority* mereka untuk memberikan respon balik atau *feedback*. Meskipun mendapat kurangnya responsivitas dan keaktifan anggota serta dengan faktor faktor yang dijabarkan diatas, tidak semata mata membuat para anggota dan

admin base yang aktif merespon menjadi kecewa. Dalam hal ini justru para anggota lainya mereka memilih untuk memaklumi hal tersebut, dan yang terpenting agar tetap menjaga keaktifan informasi yang didapatkan. Meskipun tidak sedikit dari mereka yang mengharapkan agar semua anggota komunitas *fandom* Carat Solo tanpa terkecuali untuk memberikan keaktifan mereka dalam bentuk responsivitas atau *feedback* bagi anggota lainya.

Sama halnya ketika terdapat anggota yang mengadakan kegiatan *event* menyangkut komunitas *fandom* Carat Solo tanpa konfirmasi atau izin *admin base* sehingga memicu reaksi anggota lainnya. Dalam hal ini, banyak anggota komunitas *fandom* Carat Solo yang menyuarakan pendapatnya sehingga dapat didefinisikan sebagai *input* yang kemudian tanggapan tanggapan tersebutlah yang menjadikan variabel perantara guna mendapatkan *output* dari hasil tanggapan anggota komunitas *fandom* Carat Solo. berdasarkan hasil wawancara dengan anggota satu, anggota dua, anggota tiga, dan anggota empat pada tanggal 04 Agustus 2024, mereka memaparkan bahwasanya semua kegiatan yang menyangkut dengan komunitas *fandom* Carat Solo harus diketahui dan mendapatkan izin dari *admin base* dikarenakan untuk menghimbau terjadinya hal-hal yang mencoreng nama baik komunitas dan menghindari kesalahpahaman antar anggota lainnya. Sehingga dalam hal ini keputusan dari anggotanya yang kemudian menjadi pertimbangan oleh *admin base* komunitas *fandom* Carat Solo.

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Carat Solo merupakan sebuah komunitas yang dibentuk oleh salah seorang penggemar *boygroup* Seventeen yang di dalamnya merupakan sebuah wadah untuk para penggemar *boygroup* Seventeen atau Carat lainnya berkumpul sehingga membentuk pola komunikasi penggemar. Penggemar dapat merasakan interaksi dan kedekatan melalui komunitas *fandom* Carat Solo. Pendekatan yang dirasakan oleh semua anggota komunitas *fandom* Carat Solo tak lepas guna untuk mendukung idolanya yakni *boygroup* Seventeen.

Adapun hasil kesimpulan dalam penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus yang telah dilakukan menunjukan bahwasanya pola komunikasi kelompok yang terjalin di dalam komunitas *fandom* Carat Solo adalah menggunakan pola komunikasi dua arah dimana proses komunikasi yang dijalankan menghasilkan timbal balik ketika pemberi mengirim pesan atau informasi kepada penerima. Di dalam komunitas *fandom* Carat Solo tidak memiliki batasan antara pemimpin atau bawahan sehingga pola komunikasi yang terjadi dapat mengalir secara informal. Pengambilan keputusan di dalam komunitas *fandom* Carat Solo sepenuhnya

dipegang oleh anggota sehingga *admin base* hanya sekedar sebagai penyalur. Peran *admin base* komunitas *fandom* Carat Solo memiliki peran penting untuk membangun komunikasi yang terjalin di dalamnya sehingga anggota merasa nyaman dan didengar ketika melakukan interaksi sosial di dalam komunitas *fandom* Carat Solo serta mampu mengajak anggotanya untuk berkembang melalui wadah komunitas *fandom* Carat Solo untuk melakukan pertukaran informasi dan komunikasi. Selain itu, peran anggota di dalam komunitas *fandom* Carat Solo juga dibutuhkan untuk memberikan tanggapan, ide, serta pemikiran mereka guna mendapatkan hasil yang baik

Saran

Mengenai hasil penelitian mengenai pola komunikasi kelompok pada penggemar K-Pop dalam *fandom* Carat Solo, berdasarkan kesimpulan yang diambil terdapat beberapa saran. Diantaranya dalam akademis (1) Untuk penelitian berikutnya, dapat memilih topik yang relevan dengan bidang studi yang diambil untuk memungkinkan ekplorasi yang lebih mendalam, (2) Pertimbangkan mengenai pembaharuan topik yang baru agar penelitian dapat memberikan kontribusi yang berarti, (3) Untuk penelitian selanjutnya, diharap memilih metodologi yang tepat dan sesuai untuk mendapatkan data yang tepat dan valid, (4) Gunakan sumber sumber yang kredibel untuk membantu menjawab penelitian seperti jurnal ilmiah, buku akademis, dan laporan penelitian sebelumnya.

Selanjutnya dalam hal praktis, (1) Saran untuk anggota komunitas *fandom* Carat Solo agar tetap menjaga keaktifan dan responsifitas di dalamnya. Berikan *feedback* terbaik untuk komunikator guna mempererat interaksi komunikasi yang terjalin di dalam komunitas *fandom* Carat Solo, (2) Dihimbau untuk semua anggota komunitas *fandom* Carat Solo untuk tetap menghormati dan menaati kesepakatan yang telah ditentukan agar terhindar dari kejadian yang tidak diinginkan.

DAFTAR PUSTAKA

Alifah, N. N. (2022). *Indonesia Jadi Negara Denga Fans K-Pop Terbanyak di Dunia*. GoodStats. https://goodstats.id/article/indonesia-masuk-peringkat-pertama-dengan-fans-k-pop-terbanyak-di-dunia-6w71d

Amalia, R. (2022). *Negosiasi Diri Penggemar Kpop Fandom Army, Blink Dan Exo-L Dalam Memanajemen Waktu (Studi Pada Mahasiswa Angkatan 2018 Di Darussalam Banda Aceh)*. UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Ardia, V. (2014). Drama Korea Dan Budaya Popular. *Lontar Ilmu Komunikasi*.

Ginting, E. A., Perwirawati, E., Bangun, D., & Yudha Prasetya, M. (2023). Komunikasi kelompok dalam menjalin solidaritas antar anggota (Studi kasus pada komunitas relawan pengawal Ambulan Indonesia (RPAI). *Jurnal Rectum*,

5(1), 1522–1533.

Hasibuan, A. T., Rosdiana Sianipar, M., Ramdhani, A. D., Putri, F. W., & Ritonga, N. Z. (2022). Konsep dan Karakteristik Penelitian Kualitatif serta Perbedaannya dengan Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, *6*(Penelitian Kualitatif), 8690. https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/3730

Kumpuran.com. (2020). *5 Fakta Menarik Boyband Seventeen, Termasuk Asal Usul Namanya*. Kumparan.Com. https://kumparan.com/berita-hari-ini/5-fakta-menarik-boyband-seventeen-termasuk-asal-usul-namanya-1tUKHHzEm6u/full

Kuyou. (2021). *Arti Kata dan Makna Horanghae yang Viral Digunakan Hoshi Seventeen, Ini Penjelasanya*. Kuyou. https://kuyou.id/homepage/read/28419/arti-kata-dan-makna-horanghae-yang-viral-digunakan-hoshi-seventeen-ini-penjelasannya

Linabary Jasmine. (2021). *Small Group Communication*. OpenStax Unnversitas Minnesota.

Mahardika, Maryani, E., & Rizal, E. (2022). Budaya Korean Wave Sebagai Komoditas Industri Media Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi Communique* , *5*(1), 121–133. www.ejurnal.stikpmedan.ac.id

Mendrofa, A. J. (2019). *Pola Komunikasi Organisasi Dalam Meningkatkan Eksistensi Komunitas Marga Parna Di Kota Batam*. Universitas Putera Batam.

Mihendra, N., Andriyani, F., Mardiah, D. I., Priska, A. M., & Mujib, A. (2020). Paradigma Penelitian Pendidikan: Studi Kasus Mahasiswa Pendidikan Matematika di Universitas Muslim Nusantara (UMN) Al-Washliyah Tahun 2015-2016. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Terpadu (Jppt)*, *2*(1), 46–54. https://jurnal-lp2m.umnaw.ac.id/index.php/JPPT/article/view/425

Nasikhin, N. (2015). Pola Komunikasi Dalam Meningkatkan Budaya Gotong Royong Kelompok Tani Dusun Sukorejo Kelurahan Lempake. *EJournal Ilmu Komunikasi*, *3*(1), 87–100.

Nurani, A. S., Zauhar, S., & Saleh, C. (2015). Responsivitas Pemerintah Dalam Penyelenggaraan Pendidikan Inklusif Dalam Perspektif New Public Service. *Wacana, Jurnal Sosial Dan Humaniora*, *18*(04), 213–220. https://doi.org/10.21776/ub.wacana.2015.018.04.1

Nurinda, D. (2018). Pola Komunikasi Kelompok Fansite Exonesia Dalam Membangun Eksistensi Dalam Lingkup Penggemar K-Pop. *Visi Komunikasi*, *17*. http://fiksi.kompasiana.com/drama/2012/06/16/

Parwati, D. (2023). *Pola Komunikasi Komunitas Mahasiswa Ngapak (Kompak) UIN Raden Mas Said Surakarta Dalam Meningkatkan Keaktifan Anggotanya*. UIN Raden Mas Said Surakarta.

Poethrycendrawan, K., & Utami, L. S. S. (2022). Pola Komunikasi Kelompok Penggemar NCT pada Media Sosial Twitter. *Koneksi*, *6*(2), 374–379. https://doi.org/10.24912/kn.v6i2.15720

Putri, I. P., Dhiba, F., Liany, P., Nuraeni, R., Studi, P., Komunikasi, I., Komunikasi, F., & Telkom, U. (2019). *K-Drama dan Penyebaran Korean Wave di Indonesia K-Drama and Korean Wave Diffusion in Indonesia*. *3*(1), 68–80.

Putri, V. K. M. (2024). *5 Unsur Komunikasi Menurut Harold Laswell*. Kompas.Com.

Sakinah, R. N., Hasna, S., & Wahyuningsih, Y. (2022). Pengaruh Positif Fenomena K-Pop Terhadap Karakter Generasi Muda di Indonesia. *Journal on Education*, *5*(1), 735–745. https://doi.org/10.31004/joe.v5i1.653

Savitri, A., Wafa, M., & Sadiqin, S. (2020). Twitter Sebagai Media Komunikasi (Studi Content Analysis Penggemar K-POP pada Komunitas Once Kalimantan Selatan). *Eprints.Uniska*, 8.

Soleh, A. (2019). Pola Komunikasi Kelompok pada Komunitas Pecinta Film Islami. *Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)*, *19*(1), 17–34. https://doi.org/10.15575/anida.v19i1.5037

Sutriyanto, E. (2024). *Indonesia Jadi Negara Dengan Jumlah Penggemar K-Pop Terbesar di Dunia*. Tribunews. https://www.tribunnews.com/seleb/2024/03/07/indonesia-jadi-negara-dengan-jumlah-penggemar-k-pop-terbesar-di-dunia

wahyono. (2023). *10 Fandom Terkenal, Nomor 5 Fans Yang Sangat Populer di Indonesia*. Sindonews.Com. https://lifestyle.sindonews.com/read/1124167/157/10-nama-fandom-k-pop-terkenal-nomor-5-fans-yang-sangat-populer-di-indonesia-1686542789/0

Waruwu, M. (2023). Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method). *Jurnal Pendidikan Tambusai* , *7*(1), 2896–2910.

Wibowo, N. (2016). Upaya Peningkatan Keaktifan Siswa Melalui Pembelajaran Berdasarkan Gaya Belajar Di Smk Negeri 1 Saptosari. *Elinvo (Electronics, Informatics, and Vocational Education)*, *1*(2), 128–139. https://doi.org/10.21831/elinvo.v1i2.10621

https://doi.org/10.53429/j-kis.v5i2.1149