



INTERAKSI DIGITAL ANTARA TREASURE DAN FANDOM MELALUI APLIKASI WEVERSE

Febianti Putri Noor Wahyuni, Ade Kusuma

Prodi atau Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
UPN Veteran Jawa Timur

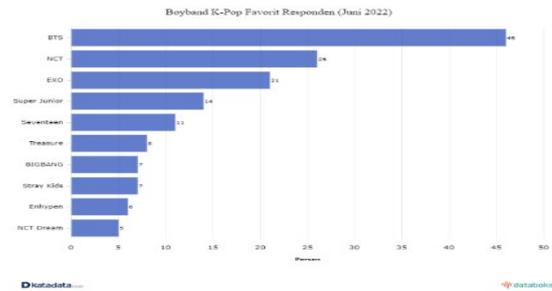
Abstrak

Perkembangan teknologi informasi memberikan dampak besar khususnya berkomunikasi. Dengan adanya teknologi, interaksi lebih mudah meskipun dilakukan virtual tanpa bertatap muka. Treasure merupakan salah satu idol Kpop. Treasure juga memiliki fandom. Idol dan penggemar berinteraksi melalui platform khusus disebut Aplikasi Fandom seperti Weverse. Interaksi digital mengarah ke seluruh bentuk kegiatan komunikasi dan pertukaran informasi dengan melibatkan teknologi digital sebagai perantara. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif pendekatan netnografi. Hal ini bertujuan untuk mengetahui interaksi digital yang terjadi antara Treasure dan Fandom di Weverse. Sandor Vegh mengelompokkan bentuk aktivisme digital menjadi tiga kategori yakni kesadaran/advokasi, mobilisasi/organisasi, aksi/reaksi. Hasil penelitian adalah adanya aktivitas digital yang terjadi ada kesadaran/advokasi yang bertujuan penyebaran informasi tentang Treasure yang tidak diunggah oleh agensi dan mobilisasi/organisasi dalam mengarahkan dan mengajak Treasure maker pada tujuan tertentu seperti ajakan streaming, voting, penggalangan dana, doa, kampanye pemberian semangat kepada Treasure dan lainnya. Selain itu, ada kegiatan interaksi digital yang terjadi antara Treasure dan Fandom melalui aplikasi Weverse dapat berupa percakapan dengan saling berkomentar, menyukai postingan, berdiskusi sesama penggemar, berbagi informasi, membentuk ikatan sosial dengan menambah pertemanan.

Kata Kunci: Interaksi Digital, Fandom, Weverse.

PENDAHULUAN

Budaya populer adalah budaya yang banyak diminati, sedang menjadi tren, dan cepat berganti. Biasanya budaya populer berkaitan dengan kehidupan sehari-hari, dapat dinikmati oleh seluruh kalangan seperti musik, film, gaya pakaian, dan lainnya (Bungin, 2006:100 dalam Poetri, 2014). Korea Selatan saat ini memberikan pengaruh produk dan budayanya bagi seluruh dunia, khususnya di negara Indonesia. Penyebaran dan pengaruh produk budaya yang diberikan berupa gaya hidup, gaya berpakaian, film, drama, lagu, dan lainnya. Budaya Korea Selatan ini dikenal dengan sebutan Korean Wave atau Hallyu Wave. Salah satu bentuk fenomena dari Korean Wave adalah K-Pop. K-Pop berasal dari kata “Korean Pop” atau “Musik Pop Korea”, musik korea ini memiliki kualitas penyanyi dan kelompok penyanyi yang baik sehingga disukai baik dalam negeri maupun luar negeri. Penggemar K-Pp yang ada di Indonesia berasal dari kalangan yang berusia 20-25 tahun dengan presentase 40,7%, usia 15-20 tahun dengan presentase 38,1%, usia lebih dari 25 tahun sebesar 11,9% dan usia 10-15 tahun sebesar 9,3% (hasil survei IDN Times, 2019). Treasure merupakan salah satu grup K-Pop yang debut pada 7 Agustus 2020 di bawah naungan YG Entertainment. Treasure beranggotakan 12 orang, 8 orang dari Korea Selatan dan 4 orang berasal dari Jepang. Anggota Treasure diantaranya yakni Choi Hyunsuk, Park Jihoon, Kanemoto Yoshinori, Kim Junkyu, Takata Mashiho, Yoon Jaehyuk, Hamada Asahi, Bang Yedam, Kim Doyoung, Watanabe Haruto, Park Jeongwoo, dan So Junghwan. Treasure dibentuk melalui acara survival YG Treasure Box.



Gambar 1 Hasil survei databoks.katada.co.id

Berdasarkan gambar di atas, Treasure sudah menempati urutan keenam dalam hasil survei Boyband K-Pop favorit di Indonesia. Seperti idol pada umumnya, Treasure juga memiliki fandom. Booth menyatakan bahwa fandom mengarah pada suatu kelompok penggemar atau individu yang mengagumi dan menikmati suatu budaya pop, selebriti, teks, permainan, dan olahraga. Penggemar dapat berkumpul dan berinteraksi karena adanya kesamaan minat satu dengan yang lainnya (Kanozia & Ganghariya, 2021). Fandom Treasure biasa disebut Treasure Maker (Teume). Penggemar Treasure tetap bertambah sejak debutnya, terlihat dari jumlah subscriber akun Youtube resmi dari Treasure yaitu 6.78 juta, akun Twitter resmi Treasure diikuti sebanyak 4.8 juta, akun resmi Instagram Treasure diikuti sebanyak 6 juta, serta memiliki 1.9 juta penggemar yang tergabung di laman Weverse Treasure. Adanya teknologi informasi yang memudahkan penyebaran pesan dan target audiens menjadi lebih spesifik, konten pesan yang berasal dari idola dapat ditargetkan dengan akurat kepada para penggemar selaku audiens yang dituju (Sudiwijaya & Ambardi, 2020). Dengan memanfaatkan teknologi, interaksi tentunya lebih mudah meskipun dilakukan secara virtual tanpa bertatap muka dan bertemu langsung. Idol dan penggemar dapat berinteraksi dan berkomunikasi melalui platform khusus idol dan penggemar, biasanya disebut sebagai Aplikasi Fandom seperti Vlive, Bubble by Dear U, Lysn, maupun Weverse. Salah

satu media sosial yang digunakan Treasure dan Treasure maker untuk berinteraksi dan berkomunikasi adalah aplikasi Weverse. Menurut Preece (2000) berpendapat bahwa interaksi digital meliputi seluruh bentuk kegiatan interaksi manusia dan komputer atau dengan individu lain melalui media digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan netnografi. Netnografi merupakan metode penelitian yang diadaptasi dari metode etnografi guna mempelajari budaya serta komunitas yang berada dalam komunikasi termediasi komputer.

Metode penelitian netnografi bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang kehidupan komunitas virtual dari sudut pandang peneliti. Penelitian kualitatif yang disebut "netnografi" berfokus pada individu atau komunitas di dunia siber dan mencakup dan terdapat dalam jejak digital, praktik, dan sistem jejak online. Penelitian ini dapat mencakup individu dengan segala aktivitasnya di internet atau kelompok, seperti kelompok penggemar. Fokus penelitian ini adalah interaksi digital komunitas fandom, yang sesuai dengan penjelasan di atas tentang penelitian netnografi. Semua sumber data akan diakses secara online melalui observasi partisipan, wawancara, dan kepustakaan lainnya yang diunduh secara online, karena interaksi tersebut pasti berada di ruang siber melalui komunitas online melalui CMC. Selanjutnya, data yang dikumpulkan dianalisis dan diproses untuk menjadi representasi atau hasil dari penelitian. Pendekatan dengan netnografi berfokus pada mendeskripsikan serta menginterpretasikan budaya yang ada dalam sebuah kelompok. Dalam penelitian ini, netnografi dilakukan secara daring dengan subjek penelitian

yaitu fandom Treasure guna mengetahui bagaimana interaksi digital yang terjadi antara Treasure dengan fandomnya melalui aplikasi Weverse.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1) Treasure dan Fandom

Treasure (트레저) merupakan grup vokal atau boy group yang dibentuk dan dibawah naungan YG Entertainment. Treasure dibentuk melalui acara survival yakni YG Treasure Box pada tahun 2018. YG Treasure Box merupakan acara atau program keempat survival YG untuk melakukan seleksi trainee guna membentuk grup pria yang baru, program ini ditayangkan di aplikasi V-Live dan JTBC.

Fans biasanya disebut orang yang memiliki kesukaan yang sama bisa olahraga, artis, dan lainnya. Sedangkan fandom singkatan dari Fan Kingdom yakni suatu komunitas yang terbentuk adanya kecocokan antara individu dengan sesuatu, individu-individu ini tidak saling mengenal, mereka masuk ke dalam sebuah komunitas karena merasa memiliki kecocokan dalam menyukai sesuatu. Penggemar dapat aktif berinteraksi dan berkomunikasi yang membahas dan mendukung artis kesukaan mereka. Sama seperti artis lainnya. Treasure memiliki fandom yang biasanya disebut Treasure maker (Pembuat harta karun) atau dalam bahasa Korea: 트레저 메이커 atau singkatannya Teume (bahasa Korea: 트메, dilafalkan /t^hu'me/) adalah nama fandom resmi dari TREASURE. Logo resmi Treasure Maker adalah "M" yang ditumpangkan pada logo berlian Treasure. Baik logo dan nama fandom diberikan secara langsung oleh Treasure. Nama Treasure maker memiliki cerita tersendiri bahwa tanpa adanya Treasure maker tidak akan ada Treasure. Teume memberikan dukungan dan rasa cinta

dari awal terbentuknya Treasure di acara survival YG Treasure Box.

Sebagai penggemar, Treasure maker memiliki peran penting dalam mendukung karir Treasure kedepannya. Sebelumnya, Treasure maker dapat menemui Treasure melalui fansign online dikarenakan debut Treasure bersamaan dengan pandemi Covid-19. Seiring berjalannya waktu, interaksi yang semula harusnya bertatap muka diganti menjadi serba online. Interaksi antara Treasure dan penggemar tidak dapat optimal karena adanya pandemi dan dapat berinteraksi melalui konten-konten yang diunggah di Youtube, V-Live. Hingga pada 2 Oktober Treasure mengadakan jumpa fans yang berjudul "Treasure 1st Private Stage - Teu Day", acara ini digelar secara online dan offline. Dari sinilah awal penggemar dan Treasure dapat berinteraksi secara langsung dan memulai membangun kedekatan.

2) Kegiatan Aktivitas Digital oleh Teume dengan Treasure di Weverse

Aktivisme digital menggunakan berbagai teknik untuk melakukan aksi politik dan mobilisasi massa, seperti petisi online. Aktivitas yang dilakukan melalui email dan teks. Advocacy Suite adalah sistem advokasi yang digunakan untuk berkomunikasi antara masyarakat dan pemerintah melalui jaringan online. Perangkat lunak yang dimanfaatkan untuk menggambar, melakukan penggalangan dana melalui internet, serta demonstrasi, pawai melalui internet, dan melakukan aktivitas di media sosial (Fatimatuzzahro & Achmad, 2022). Begitupun dengan aktivitas digital fandom yang menggunakan media sosial yaitu Weverse. Hasnawati (2021) lebih lanjut menggambarkan aktivisme digital sebagai upaya atau kegiatan yang dapat mengorganisir dan memperhatikan berbagai kepentingan di dalam

lingkungan media digital. Proses ini memungkinkan penyebaran informasi terkait idola secara cepat karena tidak terbatas oleh batasan ruang dan waktu. Dalam konteks Weverse, aktivitas digital dari Treasure maker tidak hanya mencerminkan keterlibatan aktif dalam berinteraksi, tetapi juga menggambarkan adanya aktivitas digital activism yang diarahkan menuju tujuan tertentu. Aktivitas digital Teume di Weverse termasuk pada kategori penyebaran informasi penggemar, gerakan atau aksi penggemar, dan tujuan serta goals. Sebab ketiga kategori tersebut merupakan gerakan yang dapat mengorganisir dan menaungi Teume dari segi media digital, yaitu dukungan Treasure di Weverse. Ketiga kategori ini juga bisa digambarkan sebagai gerakan bermotif politik yang mengandalkan Weverse, salah satu media yang lahir dari perkembangan Internet. Tiga kategori aktivitas digital Teume yang disebutkan di atas merupakan bagian dari praktik politik. Karena teume menentukan jalan dan sarana untuk mencapai tujuan tertentu yang ditetapkan dalam daftar tujuan, tidak hanya melalui gerakan dan tindakan, tetapi juga melalui penyampaian informasi. Tujuan mereka adalah bagian dari upaya untuk memperoleh dan membangun kekuasaan. Kekuatan yang disebutkan di sini menuju menjadi grup idola K-Pop terbesar dan terpopuler di panggung dunia. Gerakan dan tindakan yang dilakukan Teume merupakan upaya untuk menempatkan Treasure pada posisi yang lebih diuntungkan.

Dengan adanya media baru partisipasi politik akan semakin luas hal ini disampaikan oleh Van Deth bahwa media baru menciptakan rasa partisipasi politik yang lebih luas, yaitu semua aktivitas politik online baru seperti kampanye elektronik, grup, dan diskusi media sosial (Andini & Akhni, 2021). Maka gagasan yang disampaikan oleh Van Deth sesuai dengan beberapa

aktivitas digital Teume di Weverse yang merupakan bagian dari praktik politiknya. Teume melakukan partisipasi politik dengan mempengaruhi Teume lain untuk terus mendukung Treasure dengan kemampuan terbaiknya melalui unggahan ke Weverse. Teume juga terlibat dalam kegiatan sosial seperti donasi untuk membantu masyarakat yang terkena musibah atau kesusahan. Kegiatan sosial yang dilakukan dapat terlihat dari salah satu postingan dan pernyataan dari Teume yang mana mengkampanyekan tentang bencana yang dialami oleh Palestina.

"Let's Pray For Palestine ps Do Not Stay Silent, It's A Humanitarian Duty"

"Cianjur - Indonesia

Let's Pray For Them And Donation ☺☺

https://kitabisa.com/403908?utm_source=socialsharing_campaigner_we_b_d6761a4bd8da46f38cfc2d84f703db44&utm_medium=share_campaign_copas&utm_campaign=sharing

"iya ada kak, karena gitu kan disebar diseluruh media sosial termasuk Weverse juga. Jadi ada yang unggah penggalangan dana buat Palestina, ya ada linknya buat donasi." [Informan 1]

"selalunya ada kak, penggalangan dana ini kan juga tujuannya membantu mereka yang kesulitan. Teume selalu ikut penggalangan dana, terus kayak kampanye tentang Palestina, Teume juga selalu reminder Treasure buat ngga sampai nyebut konflik tersebut, walaupun nyebut konflik ya harapannya mengarah ke kemanusiaan aja sih. Ini juga kan ada beberapa produk yang diboikot, itupun kita selalu ngingetin mereka." [informan 3]

Baik pernyataan atau unggahan dari Teume, kampanye ini bertujuan untuk memastikan kesejahteraan Palestina dengan harapan konflik segera berakhir dan mereka mendapatkan

perlindungan yang layak. Selain itu, Teume juga melakukan donasi untuk membantu warga Cianjur yang terdampak bencana. Gerakan sosial ini juga berfungsi untuk mempertahankan citra baik Treasure dan Teume. Dari unggahan tersebut, dapat disimpulkan bahwa Treasure maker memiliki kemampuan untuk melakukan tindakan yang mendukung karier Treasure dan juga terlibat dalam kampanye sosial untuk membantu sesama manusia.

Seperti yang dijelaskan oleh Sandor Vegh, aktivitas digital yang dilakukan oleh Teume di Weverse dapat dikelompokkan ke dalam dua kategori utama. Kategori Kesadaran/Advokasi tergabung dalam aktivitas digital Teume di bawah label Penyediaan Informasi. Dalam kategori ini, Teume aktif dalam menyampaikan dan menerima informasi seputar Treasure. Informasi yang diumumkan mencakup jadwal kegiatan anggota Treasure, tanggal perilisan lagu dan album baru, serta agenda partisipasi mereka dalam upacara penghargaan. Publik diberitahu tentang rencana dan pelaksanaan kampanye yang mencakup perilisan lagu/album baru dan kehadiran di acara penghargaan. Hal ini bertujuan agar Teume dapat memberikan dukungan penuh terhadap semua kegiatan tersebut, berkontribusi pada kesuksesan baru atau mempertahankan prestasi sebelumnya yang diraih oleh Treasure. Dukungan tersebut dapat dilihat dari salah satu postingan Teume yang mana didalamnya meminta dukungan semua Teume jangan lupa pilih MAMA 2023.

"여러분, MAMA 2023 투표 잊지 마세요" (terjemahan : semuanya, jangan lupa untuk memilih MAMA 2023).

"Please vote for Mama Awards Treasure!"

<https://2023mama.com/vote>

“TREASURE MAKER!!!

[👉] 2023 MAMA AWARDS

#treasure has been nominated at the 2023 MAMA Awards.

[📅]: 2023.11.28-29 6PM (KST)

🌐: 2023mama.com”

Sejalan dengan unggahan yang ada di Weverse, beberapa Teume menyatakan bahwa kegiatan voting dan streaming pasti dilakukan untuk mendukung Treasure. Voting biasanya dilakukan mendekati acara awards agar Treasure dapat memenangkan salah satu penghargaan yang dinominasikan.

“oh pasti ada si kak, apalagi voting sama streaming. Biasanya waktu Treasure comeback tuh selalu ada yang kirim sama ngajak buat voting biar Treasure menang di acara musik, terus ngajak streaming juga bair view nya naik.” [Informan 1]

“ada kak kalau voting, streaming. Kalau voting streaming gitu kayaknya memang kewajiban Teume ya buat saling mengingatkan. Selain buat nambah view sama listener, juga bisa memenangkan acara musik mingguan.” [Informan 2]

“pernah, kalau survei ya ada sekali dua kali lihat isinya survei untuk penelitian gitu. Kalau streaming sama voting sering lihat apalagi mendekati acara awards kayak MAMA, MMA, SMA, TMA. [Informan 3]

Treasure telah dinominasikan dalam kategori Best Male Group di MAMA Awards 2023. Sebagai penggemar, dorongan selalu untuk memberikan yang terbaik kepada idolanya. Oleh karena itu, semua Teume diundang untuk memberikan suara kepada Treasure agar grup ini dapat memenangkan penghargaan tersebut, memberikan kebanggaan atas kerja keras mereka.

Kategori aktivitas digital kedua yang dilakukan Teume adalah pengorganisasian atau mobilisasi. Dalam

hal ini, Teume hanya akan mengeluarkan ajakan bertindak secara online pada aktivitas digital Teume pada kategori gerakan atau aksi “Penggemar” dan “Sasaran”. Tindakan yang diperlukan Teume adalah berbagai iklan dan gerakan atau aksi sosial untuk mendukung Treasure. Gerakan atau aksi ini akan dilakukan secara terus menerus dengan memberikan informasi yang detail. Contoh gerakan atau aksi yang diterapkan mencakup seruan untuk streaming di saluran YouTube dan platform musik seperti Spotify. Teume lain akan menyediakan link dan bagaimana cara streaming yang tepat dan benar, dan Teume tidak segan-segan meminta donasi agar bisa streaming di platform berbayar. Seluruh penggemar (Teume) juga akan diajak untuk memberikan suara pada upacara penghargaan untuk nominasi Treasure, dan akan diberikan informasi rinci termasuk tautan dan prosedur pemungutan suara yang benar untuk penghitungan resmi.

Selain itu, adapun gerakan dan aksi untuk tujuan sosial seperti sumbangan kepada mereka yang membutuhkan. Gerakan atau aksi ini merupakan gerakan online, yang bertujuan untuk menyalurkan donasinya, Teume melakukan gerakan secara online dan menyalurkan secara offline dengan ditujukan kepada khalayak sasaran. Donasi atau sumbangan biasanya akan di atas namakan Teume atau Treasure. Kemudian, pada kategori aktivitas digital Teume di Weverse, Teume mengunggah daftar tujuan atau goals, seperti streaming dan voting, yang perlu dicapai Treasure dengan bantuan Teume dalam bentuk tujuan. Sosialisasi mengenai segala daftar tujuan dan goals ini tentunya bertujuan agar seluruh Teume dapat segera mengambil tindakan secara online untuk mencapai tujuan tersebut.

3) Interaksi Digital oleh Teume dengan Treasure di Weverse

Menurut Jay Mackenzie (2020) interaksi digital didefinisikan sebagai pertukaran dan percakapan antara pengguna yang menggunakan komputer, ponsel, ataupun perangkat elektronik lainnya. Hal ini menyatakan bahwa interaksi digital mencakup segala interaksi yang dapat berupa percakapan, berbagi informasi, berkumpul, dan membentuk ikatan sosial di ruang digital. Salah satu platform online yang digunakan untuk melakukan interaksi digital adalah Weverse. Weverse adalah aplikasi dan platform web yang dikembangkan oleh Hybe Corporation, perusahaan hiburan Korea Selatan. Ini juga dikenal sebagai WeVerse (Hangul: 위버스). Aplikasi ini fokus pada penyebaran konten multimedia dan komunikasi antara musisi dan penggemar mereka. Selain menyediakan berbagai jenis konten gratis dan berbasis langganan, Weverse menawarkan platform, interaksi artis-penggemar, pembaruan Stories yang menarik, dan video yang berfokus pada hiburan. Weverse adalah platform komunitas penggemar dengan jangkauan global, penggemar dari seluruh dunia dapat bergabung dengan komunitas tersebut, terlepas dari siapa idolanya. Unggahan dan terjemahan dapat diterjemahkan ke dalam sembilan bahasa diantaranya yakni Bahasa Indonesia, Inggris, Jepang, Melayu, Korea, Spanyol, China, Portugis, dan Thailand. Weverse memiliki banyak fitur yang membuat aplikasi ini unik, salah satunya adalah integrasi media sosial. Terdapat beberapa bagian antara lain:

1. **Menu More** melalui fitur profil, Anda akan menemukan bahwa profil akun pengguna terdiri dari dua bagian: My Profile, yang berisi profil akun pengguna, dan My Activity, yang terbagi menjadi beberapa bagian seperti

posting, komentar, bookmark (pesan tersimpan), dan pembelian.

2. **Fitur Weverse** terdiri dari lima bagian: Feed, Artist, Media, Stream, dan Shop. salah satu fitur Weverse adalah feed, yang berisi semua unggahan penggemar komunitas. Semua penggemar dapat mengunggah teks, foto, atau video. Di setiap unggahan terdapat fitur pujian, yang mirip dengan fitur like, fitur komentar. bagian kedua ada fitur Artist. Bagian ini adalah tempat yang digunakan idola atau artis untuk mengunggah kegiatan ataupun pesan yang ingin disampaikan dan dibagikan kepada penggemar. Para penggemar dapat melihat unggahan yang dibagikan dapat berupa foto, video, dan teks. Disini juga ada fitur Fan Letter. Fan letter digunakan para penggemar untuk menulis surat yang ditujukan kepada member Treasure. Para penggemar yang bergabung ke komunitas bisa menyaksikan konten video berdurasi panjang dari pihak Weverse. Semua konten bisa dilihat dalam bagian Media. Pada bagian selanjutnya ada Live. Penggemar dapat melihat siaran langsung dari idola ataupun konser yang digelar. Penggemar yang ketinggalan siaran langsung dapat melihat ulang siarannya kapanpun. Pada bagian kelima ada Shop. Penggemar bisa membeli kebutuhan yang berhubungan dengan fandom yakni pembelian merchandise seperti album, lighstick dan lainnya. Dari bagian Shop akan diarahkan ke aplikasi Weverse Shop.

Dengan adanya Weverse, penggemar Kpop dan idol Kpop dapat terlibat dalam interaksi dan komunikasi virtual. Weverse merupakan platform media sosial yang secara khusus dirancang untuk penggemar dan idol Kpop, memfasilitasi interaksi digital antara keduanya. Di Weverse, penggemar dapat berpartisipasi dalam percakapan dengan idol mereka, berbagi informasi terkait idola, berinteraksi

dengan sesama penggemar, dan bahkan membentuk ikatan sosial atau pertemanan. Salah satu contoh interaksi digital yang sering terjadi adalah percakapan antara idol seperti Yoshi (salah satu member Treasure) dengan penggemarnya, di mana penggemar dapat mengajukan pertanyaan mengenai berbagai hal, termasuk kondisi saat akan tampil di atas panggung.

#to_요시/

요시아 아직도 무대 서기전에

떨리고 그래요?? (Terjemahan : Yoshi, apa kamu masih gugup sebelum naik panggung?)

“흠~ 요즘 전혀 강 즐겨요😊 -

Yoshi

(Terjemahan : hmm, akhir-akhir ini aku hanya menikmatinya)”

Dari percakapan Yoshi dengan penggemarnya diatas terlihat jelas kedekatan para penggemarnya dengan idolanya sangat erat karena para penggemarnya sangat memperhatikan dan sangat peduli dengan idolnya.

“interaksi ya bisa lewat balas-balasan komen, atau jawab di live streaming, ataupun bisa cheers postingan teume. Kadang yg diomongin ya hal-hal random aja, kadang ngerayu member, ungkapan rasa terima kasih, dan lainnya. yaa hal-hal random kak, kadang bahas makanan. Bahas film, rekomendasi lagu, kartun, game, rambut, pakaian, atau apapun lah. Kadang juga spoiler comeback.” [informan 2]

“Tergantung. Biasanya kalo malam itu lebih kirim malam atau pagi hari sekitar jam 7 itu lagi posting ke hal hal positif. Surat surat untuk member, surat surat semangat untuk member. Kalo biasanya udah menjelang jam 9 atau siang, itu lebih ke pertanyaan untuk member atau semacam bercanda untuk member.” [informan 3]

Dari pernyataan informan 2 dan 3 dalam melakukan interaksi dengan Treasure, penggemar memiliki cara agar dapat dibalas atau dinotice oleh member. Salah satunya dengan mengunggah postingan dengan ditujukan ke member atau dapat mengomentari postingan cerita member. Member Treasure dapat membalas komentar penggemar.

Kedua, Weverse sangat memungkinkan bagi penggemar untuk berbagi informasi terkait idolanya. Penggemar dapat saling bertukar informasi, dan juga menyediakan informasi resmi terkait idola, seperti jadwal comeback, poster, konten hiburan, cover lagu, video musik, dan lainnya. Selain itu, penggemar dapat berbagi hasil karya yang sudah dibuat sendiri oleh penggemarnya. Sebagai contoh, ada salah satu penggemar membuat hasil karyanya sendiri berupa animasi atau fant art. Animasi atau fant art tersebut terinspirasi oleh foto salah satu member Treasure yaitu Yoshi.

“treasure you have see this!! this is from teumes, this is very amazing let's watch it!!

트레조 이걸 꼭 봐야해!!

트레조메이커의 제품입니다. 너무

멋져요!! <https://youtu.be/ZtxKnKualso>

#to_hyunsuk #to_현석 #to_jihoon

#to_지훈 #to_yoshi #to_요시/ #to_junkyu

#to_준규 #to_mashiho #to_마시호

#to_jaehyuk #to_재혁 #to_asahi

#to_아사히/ #to_yedam #to_야담

#to_doyoung #to_도영 #to_haruto

#to_하루토#to_jeongwoo #to_정우

#to_junghwan #to_정환 #to_treasure

#to_트레조”

(Terjemahan: Treasure, kau harus melihat ini! ini dibuat oleh Teume. Sangat keren!!”

Selain mengunggah foto, penggemar juga dapat berbagi berbagai konten lainnya, termasuk video hasil karya. Beberapa penggemar salah satunya Teume bekerja sama untuk menciptakan lagu khusus untuk Treasure. Secara tidak langsung, para penggemar dapat membagikan semua hasil karyanya di Weverse dengan harapan mendapatkan perhatian dan tanggapan dari dari idolanya.

“iyaa emang kebanyakan meme sih kataku, Teume kalau ngga julid ke Treasure kayaknya ngga enak deh. Kalau fan art, ya itu untuk mereka yang kreatif si kak. Tapi bagus-bagus loh fan art Teume.” [Informan 1]

“kalau ngomongin meme kayaknya ngga ada habisnya kak. Soalnya banyak banget yang unggah meme. Kayak Teume tuh ada aja idenya buat meme. Dan pastinya itu buat lucu-lucuan aja sih kak. Aku pernah unggah meme, ngga pernah unggah fan art. Kalau video itu lebih ke penggemar ingin memberikan sesuatu ke Treasure untuk hari penting atau lagi iseng aja gitu.” [Informan 2]

Selain melakukan interaksi, penggemar dapat berbagi hasil karya mereka yang diunggah di Weverse. Hasil karya penggemar dapat berupa meme (gambar lucu), fan art, bahkan video. Hasil karya penggemar yang beraneka ragam dapat menciptakan kegiatan yang produktif dan positif bagi penggemar.

Ketiga, adanya kemampuan untuk berkumpul dengan sesama penggemar dalam penggunaa Weverse. Hal ini terjadi ketika komentar seorang penggemar mendapat balasan dari idola. Penggemar lain kemudian ikut serta dalam percakapan tersebut, seperti contoh, ketika Junkyu mengeluh tentang masalah tidurnya dalam postingannya, salah satu penggemarnya memberikan komentar dengan mengatakan bahwa itu cara malaikat tidur.

“저 왜 저렇게 잘까요...? 😊😊😊 -

Junkyu (Terjemahan : Kenapa aku tidur seperti itu?)”

준규야 몰랐어? 요새 천사들이

사는 방법이라던데 (Terjemahan : Junkyu, kamu tidak tahu? Kudengar itu cara para malaikat tidur belakangan ini)

오! 맞아요! 우리 트메분들도

이렇게 주무신다고 들었습니다 - Junkyu.

(Terjemahan : Oh! Benar, aku dengar para Teume juga tidur seperti ini).

Dari percakapan tersebut, peneliti menemukan bahwa interaksi antara penggemar dan idola dapat terjadi di Weverse, di mana penggemar dapat mengajukan pertanyaan kepada para idolnya. Pertanyaan yang diajukan cenderung bersifat ringan dan ramah, seperti menanyakan apakah mereka berasal dari suatu tempat tertentu atau bagaimana perasaan idolanya saat menjelang penampilan.

Saat adanya interaksi antara idola dan penggemar, pengguna aplikasi Weverse dapat berinteraksi satu dengan yang lainnya, seperti yang dikatakan ketiga informan di bawah ini.

“pernah kayaknya, tapi ngga sering. Kayak ngecheer terus ngasih selamat kalau postingan teume lain ada yang dibalas.” [informan 1]

“aku pribadi jarang kak, paling ya Cuma scroll feed aja sih, cari meme yang lucu atau lihat komenan member sama teume. Atau kalau ada teume yang dinotis paling ngga ngasih selamat.” [informan 2]

“Berdasarkan pengalaman itu biasanya kita posting untuk member kan. Tapi biasanya kalau postingan kita terlalu unik atau lucu dimata Teume lainnya mereka akan ninggalin komentar. Hal itu tuh bisa jadi bahan untuk komunikasi dengan sesama Teume. Malah karena hal itu bisa membuat kita menjadi

lebih dekat. Awalnya hanya bahas perkenalan, bisa bahas tentang member, bisa bahas hal hal yang sama sama disuka." [informan 3]

Dari pernyataan di atas, sesama Teume dapat berkumpul dalam satu postingan yang mana postingan tersebut dibalas oleh member Treasure. Teume lainnya akan ikut berkomentar dengan mengatakan selamat, atau menanyakan pertanyaan lain.

Keempat, terjadi pembentukan ikatan sosial antara penggemar. Hal ini dapat terjadi ketika penggemar saling berinteraksi secara acak satu sama lain. Dengan kata lain, penggemar dapat memberikan komentar di postingan penggemar lain. Sebagai contoh, ada seorang penggemar yang mengalami masalah dan membutuhkan saran. Penggemar lain dengan positif memberikan jawaban dan memberikan masukan yang baik untuk membantu mengatasi masalah tersebut.

"hello girls..... i was having a problem and i wanted to discuss it with you all..... i think any of you can give me a solution to this. so there's this boy whom i considered as my best friend and told everything about me since last 8 months. and suddenly he yesterday told me that he was just using me as tool so that he can just fall in love. i had never ever thought that he would do something like that to me and he did indeed. he's now continuously saying sorry and i don't know what to do. please read it thoroughly and give me a solution cause i just can't ☹"

"he should be guilty for what he do. did u fall in love with him ? You might can forgive him but to be his best friend, I don't think so because it might be turn into an awkward situation. if I were you, I would need some time for myself and think whether I should forget about his wrongdoing or not. but the decision is up to you.. wishing u a good luck!"

"how could I fall in love with my friend? that would be just wrong, totally

wrong. but I think you're right, I need some time"

"im glad that u dont feel anything with him. it's okay, everything is gonna be okay someday. just talk to anyone who can comfort you"

Selain unggahan di atas, adapun pernyataan informan berikut

"pernah juga diajak masuk ke grup telegram atau Whatsapaa, atau bisa juga mutualan IG, jadinya nanti bisa temenan di real life." [Informan 2]

"Yes, you can add friends on weverse." [informan 4]

Dari percakapan dan pernyataan informan di atas, penggemar dapat menambah relasi dengan penggemar lain hingga berteman di media sosial lainnya. Peneliti menemukan bahwa interaksi antar penggemar dapat terjadi dan berkembang di Weverse. Penggemar dapat berbagi perasaan dan membahas masalah pribadinya, mendapatkan dukungan positif dari sesama penggemar, serta memperluas jaringan sosial melalui platform Weverse.

SIMPULAN

Interaksi digital yang dilakukan antara penggemar Treasure (Treasure maker) dan Treasure, tentunya mereka memanfaatkan platform untuk membantu memudahkan untuk interaksi tersebut. Platform atau media yang digunakan untuk interaksi adalah Weverse. Weverse memang dikhususkan penggemar dan idola untuk melakukan interaksi dan berkomunikasi antara satu sama lain, meskipun jaraknya berjauhan. Begitupun dengan Treasure dan Teume (Treasure maker) yang memanfaatkan Weverse untuk media interaksi baik melalui komentar, postingan, live streaming, fan letter, dan lainnya. Hal ini mengingat penggemar Treasure bukan hanya dari Korea Selatan sendiri, melainkan ada dari negara lain seperti Indonesia, Thailand, Filipina, Singapura, Jepang, dan lainnya. Treasure tidak bisa

selalu menemui penggemar secara langsung (fan meeting atau konser) untuk melakukan interaksi secara langsung. Namun, dengan adanya Weverse. Baik Treasure maupun Treasure maker dapat melakukan interaksi kapanpun dan dimanapun. Selain itu, Treasure maker juga dapat melihat konser dan membeli merchandise Treasure di aplikasi tersebut. Treasure dan penggemarnya dapat menjaga hubungan atau menjaga kedekatan dengan interaksi melalui aplikasi ini.

Aktivisme digital menggunakan berbagai teknik untuk melakukan aksi politik dan mobilisasi massa, seperti petisi online. Aktivitas yang dilakukan melalui email dan teks. Advocacy Suite adalah sistem advokasi yang digunakan untuk berkomunikasi antara masyarakat dan pemerintah melalui jaringan online. Perangkat lunak yang dimanfaatkan untuk menggambar, melakukan penggalangan dana melalui internet, serta demonstrasi, pawai melalui internet, dan melakukan aktivitas di media sosial (Fatimatuzzahro & Achmad, 2022). Sebagaimana dengan hal tersebut Treasure maker mengirimkan *fan letter* yang ditujukan kepada Treasure melalui Weverse sebagai bentuk dukungan dan semangat agar Treasure dapat lebih baik untuk kedepannya. Selain itu, Treasure maker juga mengunggah beberapa postingan di Weverse berupa *fan art* anggota Treasure, melakukan penggalangan dana bagi saudara yang terkena musibah seperti Gempa Cirebon dan Palestina. Tentunya Treasure maker dapat mengirimkan dan saling berinteraksi dengan Treasure melalui Weverse.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih pada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan izin-Nya untuk

menyelesaikan penelitian ini. Ucapan terima kasih juga diberikan pada:

Ucapan terima kasih terutama kepada Tuhan Yang Maha Esa yang memberikan rahmat serta izin-Nya untuk melakukan dan menyelesaikan penelitian skripsi ini. Ucapan terima kasih diberikan kepada :

Ade Kusuma S.Sos, M.Med.Kom selaku dosen pembimbing.

Serta semua pihak yang telah banyak memberikan bantuan dalam menyelesaikan penelitian skripsi ini.

DAFTAR PUSTAKA

Agustiana, N. D., & Kusuma, A. (2023). Digital Activism pada Platform Komunitas Fandom: Studi Netnografi pada ARMY di Weverse. *Al-Hikmah Media Dakwah, Komunikasi, Sosial dan Kebudayaan*, 14 (1), 74-82.

Andrew F. W. & Matthew J. S. (2005). *Online Communication: Linking Technology, Identity and Culture*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.

Booth, P. (2017). *Digital Fandom 2.0: New Media Studies*. In Peter Lang—*Digital Formations*(2nd ed., Vol. 114).

Darmawan, D. (2012). "Pendidikan Teknologi Informasi dan Komunikasi". Bandung. PT Remaja Rosdakarya

Fatimatuzzahro, F., & Achmad, Z. A. (2022). What If It Was You (# WIIWY) digital activism on TikTok to fight gender-based violence online and cyberbullying. *Masyarakat, Kebudayaan & Politik*, 35(4).

Fitri, A. B. N., & Kusuma, A. (2021). Girl Crush Dalam Budaya Pop Korea. *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 204-217.

Hasnawati. (2021). Aktivitas Digital: Dampak Penerapan Pembelajaran Daring. *Jurnal Literasi Digital*, 1(3), 148-154.

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/25/ini-10-boyband-k-pop-favorit-orang-indonesia-menurut-survei-kic-zigi>. diakses pada 17 Februari 2023

Kanozia, R., & Ganghariya, G. (2021). More than K-pop fans: BTS fandom and activism amid COVID-19 outbreak. *Media Asia*, 48(4), 338-345.

Kozinets. (2010). *Netnography Doing Ethnographic Research Online*. London: Sage Publication.

Kusuma, A., Purbantina, A. P., Nahdiyah, V., & Khasanah, U. U. (2020). A virtual ethnography study: Fandom and social impact in digital era. *Etnosia: Jurnal Etnografi Indonesia*, 5(2), 238-251.

Kusuma, Ade., Adiasri P.P, dkk. (2020). "A Virtual Ethnography Study" Fandom and Social Impact in Digital Era. *Jurnal Etnografi Indonesia*. 5 (2). 238-251.

Mackenzie, J. (2020). *Digital Interaction. The Routledge Handbook of English Language and Digital Humanities*.

McCaughey, M., & Ayers, M. D. (2003). *Cyberactivism: Online Activism in Theory and Practice*. Routledge.

Oktaviana, M., Achmad, Z. A., Arviani, H., & Kusnarto, K. (2021). Budaya komunikasi virtual di Twitter dan Tiktok: Perluasan makna kata estetik. *Satwika: Kajian Ilmu Budaya dan Perubahan Sosial*, 5(2), 173-186.

Riauzie P, Milla. Dkk. (2014). *Perilaku Konsumtif Remaja Perempuan Terhadap Trend Fashion Korea di Jakarta Selatan*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Udayana.

Tomic, A., Lengel, L., & Thurlow, C. (2004). Computer mediated communication. *Computer Mediated Communication*, 1-272.