

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

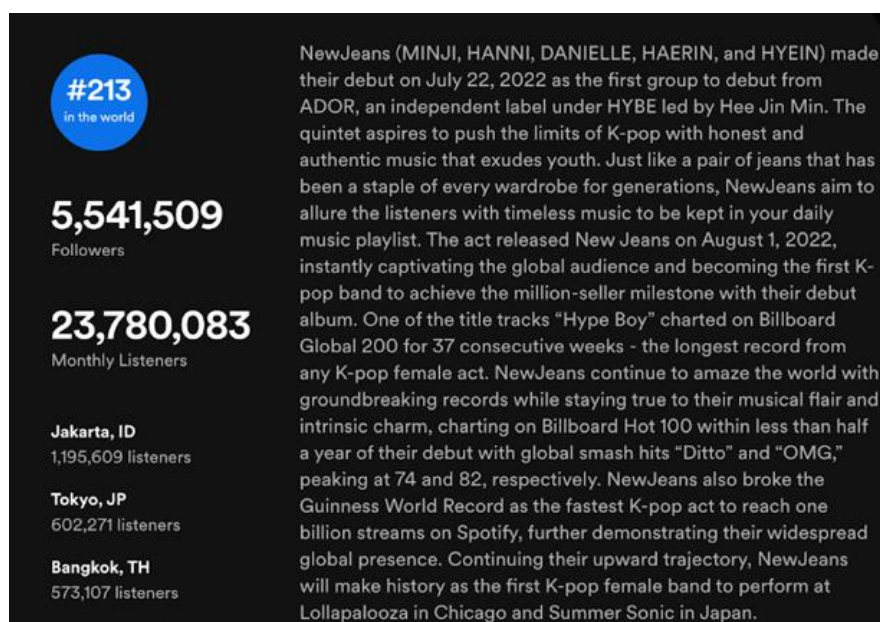
Pada masa globalisasi saat ini, kemudahan yang diberikan oleh era digital saat ini memungkinkan suatu daerah atau negara untuk dengan cepat dan mudah memperkenalkan budayanya kepada wilayah atau negara lain melalui media online. Contoh yang menonjol adalah fenomena Korean Wave, merujuk pada penyebaran budaya populer Korea Selatan ke seluruh dunia. Ini mencakup berbagai aspek seperti musik, drama televisi, film, mode, makanan, dan bahkan gaya hidup. Fenomena ini telah memengaruhi banyak negara di seluruh dunia dan memiliki dampak besar terutama di Asia dan wilayah lainnya. Dampak yang berasal dari Korean Wave dapat dilihat pada saat ini karena tengah merambah popularitas di Indonesia, khususnya melalui musik Korean Pop (K-Pop). Dalam konteks fenomena Korean Wave, baru-baru ini, penggemar K-pop di seluruh dunia, termasuk Indonesia, tengah berbicara hangat mengenai kehadiran girl group baru yang dianggap sebagai penyegar baru dalam industri K-pop.

Fenomena ini tidak hanya memengaruhi aspek musik, tetapi juga membuka peluang untuk bertukar budaya melalui media digital. Fenomena ini mendorong perusahaan di industri musik untuk bersaing dan berinovasi guna menciptakan warna baru dalam sektor musik, mencerminkan daya tarik global dari elemen-elemen unik dan kreatif yang diperkenalkan oleh industri hiburan Korea Selatan. Salah satu hasilnya, girl group yang baru muncul, bernama New Jeans yang diproduksi oleh label HYBE, menggambarkan keberagaman dalam kualitas suara, penampilan, dan aspek visual. *Idol* yang membawa warna baru pada dunia music ini telah resmi diluncurkan oleh anak perusahaan HYBE yaitu label ADOR pada 1 Agustus 2022, dan terdiri dari lima anggota, yaitu Minji, Hanni, Danielle, Haerin,

dan Hyein, menandai eksplorasi baru dalam dunia K-pop (Chen, 2023). *Idol* New Jeans membawa konsep yang segar dan berbeda dari banyak grup K-Pop lainnya, dengan memadukan tren dari era 1990-an hingga 2000-an. Koreografi yang mereka tampilkan juga memiliki sentuhan unik, dengan setiap anggota mengekspresikan diri mereka dengan gerakan yang tampak bebas dan berbeda satu sama lain. Dengan daya tarik visual yang luar biasa, anggota New Jeans berhasil memikat perhatian berbagai merek terkemuka seperti Nike, Gucci, Dior, dan Coca Cola untuk menjalin kolaborasi (Thinkwitharry, 2023).

Menariknya, Min Hee Jin, selaku CEO ADOR dan pencipta New Jeans, mengungkapkan bahwa di balik pesona visual tersebut, konsep baru yang ingin dia sampaikan melalui grup New Jeans sebenarnya lebih terfokus pada aspek musikalitas mereka (Folkative, 2023). Fokus aspek musik yang akhirnya New Jeans tampilkan memiliki identitas musik yang sangat menarik dan mudah dinikmati. Lagu-lagu yang mereka bawakan memiliki lirik yang simpel dan mudah diingat. Selain itu, mereka sering menggabungkan unsur-unsur populer dalam musik seperti tarian energetik dan melodi yang menarik. Semua ini membuat musik New Jeans diterima dengan baik oleh berbagai kalangan, termasuk mereka yang bukan penggemar K-Pop (thinkwitharry, 2023).

Gambar 1. 1 Jumlah Followers dan Monthly Listeners New Jeans di Spotify



Aulia Salsabila, 2024

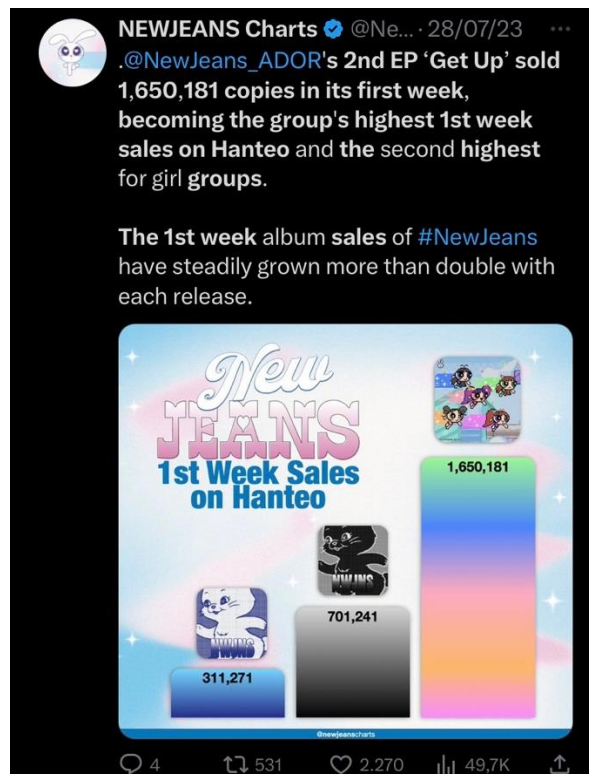
KOMUNIKASI INTERAKTIF PENGGEMAR KEPADA IDOL NEW JEANS (Studi Deskriptif Pada Aplikasi Phoning)

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi
[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

Sumber : (spotify.com, diakses pada 28 September 2023)

Min Hee Jin mengambil keputusan untuk menciptakan musik yang unik karena ia memiliki keyakinan bahwa New Jeans tidak perlu mengadopsi strategi konvensional untuk menarik perhatian, karena dia yakin bahwa grup ini akan secara alami menarik banyak penggemar (Folkative, 2023). Tidak butuh waktu lama setelah debut, salah satu bukti kepopuleran New Jeans dapat dilihat dari banyaknya pendengar bulanan melalui aplikasi musik Spotify. New Jeans berhasil mencuri perhatian dari penggemar K-Pop di berbagai negara dengan menjadi urutan pendengar bulanan terbanyak ke 213 di dunia. Diikuti oleh kota Jakarta yang juga masuk ke dalam urutan pertama pendengar setia lagu yang dihasilkan oleh New Jeans melalui Spotify. Mereka juga mencatat prestasi dengan mencapai rekor pra-pesan album tertinggi sejak debut awal mereka.

Gambar 1. 2 Perbandingan Total Penjualan Album New Jeans



Sumber : (twitter.com, diakses pada 7 Oktober 2023)

Setelah menjelang satu tahun sejak debut, New Jeans berhasil mencapai tingkat prestasi yang mengagumkan dan memukau penggemar K-pop. Dengan konsep musik yang unik, *girl group* dengan lima anggota ini berhasil menarik perhatian publik dengan mencetak rekor penjualan mini album terbaru mereka, "Get Up" yang mencapai 1,650,181 *copies* terjual dalam minggu pertama. Ini merupakan peningkatan tiga kali lipat dibandingkan dengan penjualan mini album pertama mereka saat debut dalam waktu seminggu. Setelah pencapaian luar biasa dalam setahun sejak debut, New Jeans terus memperkokoh posisinya sebagai *girl group* yang mengukir prestasi mengagumkan di industri K-pop. Akan tetapi, tidak lupa untuk membangun ikatan erat dengan penggemar setianya. Sebagai bentuk apresiasi terhadap dukungan yang terus mengalir dari para penggemar, New Jeans pada akhirnya secara resmi mengumumkan nama resmi untuk komunitas penggemar mereka.

Pemberian nama pada penggemar oleh idol Korea atau artis K-pop bertujuan memperkuat hubungan dan menciptakan identitas bersama. Ini dilakukan melalui pembentukan komunitas yang merasa terhubung satu sama lain, memberikan sentuhan personal dengan nama yang memiliki makna atau kaitan dengan grup, mengakui dukungan penggemar sebagai bentuk apresiasi terhadap kesuksesan, serta menggunakan nama sebagai bagian dari strategi branding dan pemasaran untuk meningkatkan keterlibatan penggemar. Oleh karena itu, memberikan nama pada penggemar menghadirkan pengalaman unik dan spesial, memperkuat ikatan emosional antara idol dan penggemar.

Setiap *girl group* umumnya memiliki nama untuk memanggil penggemar mereka. New Jeans pun tak terkecuali, mereka memiliki nama khusus untuk para penggemarnya. Saat mereka merayakan 100 hari sejak debut, New Jeans mengumumkan secara resmi nama resmi untuk komunitas penggemar mereka, yang mereka sebut sebagai "Bunnies". Nama *fandom* New Jeans ini memiliki dua versi yang berbeda, yakni "Bunnies" untuk versi bahasa Inggris dan "Tokki" untuk versi bahasa Korea. Meskipun berbeda dalam bahasa, kedua versi ini memiliki arti yang sama, yaitu mengacu pada hewan kelinci. Keterlibatan aktif dari para penggemar ini menjadi semakin penting mengingat perhatian yang terus berkembang terhadap

girl group yang dipimpin oleh ADOR ini sejak debut mereka pada bulan Agustus tahun 2022.

Gambar 1. 3 Data Grafik Rasio Penggemar New Jeans



Sumber : (pannchoa.com, diakses pada 28 September 2023)

Dalam upaya untuk memperkuat ikatan dengan penggemar, New Jeans menyelenggarakan fanmeeting sebagai bentuk apresiasi, menunjukkan komitmen mereka terhadap dukungan yang berkelanjutan. Data terkait rasio jenis kelamin pada pembelian tiket fanmeeting yang dikelola oleh New Jeans memberikan hasil yang mengejutkan, mengungkap aspek menarik terkait komposisi penggemar New Jeans. Berdasarkan data tersebut, penggemar pria New Jeans mencapai 60,6%, sedangkan penggemar wanita mencapai 39,4%. Penggemar yang berusia sekitar 10 tahun mencapai 22,1%, sementara yang berusia sekitar 20 tahun mencapai 53,1%, yang berusia sekitar 30 tahun mencapai 19%, yang berusia sekitar 40 tahun mencapai 4,3%, dan yang berusia sekitar 50 tahun mencapai 1,3%. Dari data tersebut disimpulkan bahwa penggemar New Jeans lebih banyak dari kalangan pria dibandingkan dari kalangan wanita, dengan perbandingan 6:4 (Pannchoa, 2023).

Melalui rasio penggemar yang menunjukkan daya tarik New Jeans terutama di kalangan usia 20 tahun, dapat disimpulkan bahwa grup ini berhasil menarik perhatian berbagai kelompok usia. Berhasilnya idol New jeans menarik perhatian penggemar dari berbagai usia ini merupakan bukti nyata dengan perkembangan era

saat ini, di mana kemudahan akses informasi dan interaksi online memungkinkan penggemar dari mana saja untuk dengan mudah mencari dan berinteraksi dengan idol serta konten yang mereka sukai. Pentingnya peran teknologi dalam ekosistem K-pop juga menjadi jelas, di mana K-pop tidak hanya dipengaruhi oleh internet, tetapi juga menjadi produk teknologi yang mengikat erat hubungan antara artis dan penggemar, menciptakan ketergantungan yang kuat di antara keduanya.

Salah satu teknologi yang secara signifikan memperkuat ikatan erat antara penggemar dan artis adalah media sosial, sebagaimana terungkap dalam hasil penelitian yang menyoroti pentingnya konten yang secara rutin diunggah oleh idola mereka. Media sosial menjadi wadah utama bagi penggemar untuk berinteraksi dengan artis favorit mereka, menciptakan tingkat kedekatan yang tak terhindarkan. Penelitian ini mengungkap bahwa penggemar, khususnya Army yang merupakan penggemar BTS, tidak hanya melihat idola mereka sebagai selebriti biasa, melainkan juga sebagai figur yang mendampingi mereka dalam setiap perjalanan hidup. Ketergantungan terhadap media sosial sebagai sarana untuk terus terhubung dengan kehidupan dan kegiatan sehari-hari idola mereka menjadi semakin nyata, menandai peran teknologi yang krusial dalam membentuk hubungan yang lebih dekat dan personal antara artis dan penggemarnya (Utami, 2019).

Ketergantungan yang ditimbulkan penggemar terhadap media sosial sebagai saluran utama interaksi dengan idola mereka, mendapati lima aspek yang secara rinci menggambarkan dinamika interaksi parasosial, sebagaimana diungkapkan Pekka dalam penelitian terdahulu. Kelima aspek tersebut mencakup pertemanan khayalan, upaya mencari teman sejati di antara penggemar, tingkat empati yang tinggi terhadap para penampil, persepsi tentang kenyataan hubungan, dan pemahaman mengenai kemampuan para penampil. Dalam konteks komunitas penggemar JKT48, yang dikenal dengan sebutan Wota dan Woti, keterlibatan mereka aktif dalam mencari teman sesama penggemar untuk bersama-sama mendukung idola yang sama, seiring dengan menunjukkan tingkat empati yang tinggi terhadap anggota JKT48. Mereka bahkan merasakan kesedihan ketika ada anggota yang mengumumkan kelulusan dari JKT48, menciptakan suatu bentuk kedekatan emosional yang khas dalam komunitas tersebut. Meskipun terlepas dari keterlibatan aktif dan tingkat empati yang tinggi, penting untuk dicatat bahwa

hubungan antara Wota dan Woti dengan idola mereka memiliki batasan. Hubungan ini lebih bersifat parasosial, terbatas pada interaksi antara penggemar dan idola, tanpa terbentuknya hubungan persahabatan yang lebih dalam dengan anggota grup tersebut. Meskipun terciptanya ikatan emosional, realitas hubungan yang terbentuk tetap berada dalam ranah interaksi yang terstruktur oleh dinamika penggemar dan idola (Pratama & Winduwati, 2021).

Hubungan yang terbentuk antara penggemar New Jeans dan idolanya juga dibuktikan oleh effort yang dikeluarkan oleh para penggemar dalam mendukung kegiatan idolanya, serupa dengan apa yang dilakukan oleh penggemar BTS dalam penelitian terdahulu. Pada penelitian tersebut, interaksi sosial asosiatif yang dilakukan oleh ARMY atau penggemar BTS bersifat positif melalui penggunaan aplikasi Weverse sebagai alat komunikasi antara penggemar dan idola mereka. Interaksi ini mencakup berbagai aspek, mulai dari mendukung harmoni hingga mencakup asimilasi, kerja sama, serta akomodasi. Asimilasi mencakup komunikasi untuk kepentingan kelompok, seperti pencarian informasi tentang BTS. Kerja sama melibatkan memberikan dukungan dan motivasi di antara ARMY, serta upaya bersama untuk mendukung BTS melalui streaming dan voting. Selain itu, akomodasi melibatkan pertukaran pandangan yang dihargai satu sama lain. Jika terdapat hal negatif yang menyerang idol mereka, ARMY akan berkerjasama untuk melaporkan akun tersebut yang menjadi sumber ketegangan pada aplikasi Weverse. Melalui interaksi positif ini, baik penggemar New Jeans maupun BTS menunjukkan bukti nyata tentang ikatan kuat yang terjalin antara penggemar dan idola mereka melalui sebuah aplikasi yang di rancang khusus untuk melakukan interaksi, tidak hanya dalam bentuk dukungan, tetapi juga melalui upaya kolaboratif yang mendalam (Indriani, 2022).

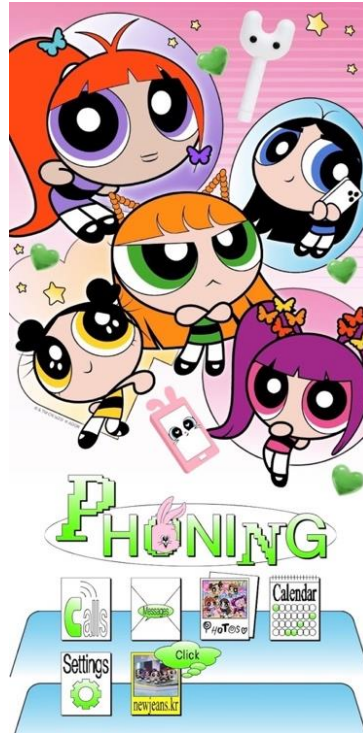
Melihat interaksi kuat antara penggemar dan idol yang terpampang jelas melalui sebuah aplikasi media sosial yang dapat mempermudah komunikasi seorang penggemar untuk melakukan interaksi dengan idolanya, adanya fasilitas tersebut dapat dimanfaatkan sebagai salah satu cara mempermudah dalam berkomunikasi antara penggemar dan idol. Peluang kemajuan teknologi tersebut membuat perusahaan HYBE berinovasi pada penciptaan aplikasi media sosial dengan mendedikasikan sebuah media sosial baru bernama Phoning untuk

dijadikan sebagai wadah komunikasi antara penggemar dan grup idol New Jeans. Adanya platform tersebut, kini penggemar memiliki akses lebih mudah untuk berinteraksi dengan idola mereka, menggambarkan perkembangan terbaru dalam dunia teknologi yang semakin memperdalam keterlibatan antara penggemar dan grup idol mereka melalui media sosial.

HYBE mengumumkan perilisan aplikasi bernama Phoning pada 25 Juli 2022, sebuah platform yang didedikasikan untuk komunikasi penggemar dan diluncurkan untuk *girl group* baru mereka yaitu New Jeans. Aplikasi Phoning ini didedikasikan untuk komunikasi hanya satu grup *idol* dan penggemar mereka. Aplikasi Phoning dikembangkan dengan konsep grup dan penggemar berbagi di dalam satu ponsel. Aplikasi ini dioptimalkan untuk berbagi kehidupan sehari-hari para anggota New Jeans dan membangun komunikasi yang *intens* dengan para penggemar. Melalui Phoning, penggemar dapat berbagi siaran langsung, mengobrol, membuat album foto, dan melihat kalender jadwal kegiatan secara *real-time* dengan New Jeans (MG1, 2022).

Sama dengan pemanfaatan aplikasi LYSN yang merupakan salah satu media sosial yang dibuat oleh Dear U dan SM Entertainment untuk memfasilitasi interaksi para fans dari idol-idol agensi SM Entertainment. Pada penelitian terdahulu yang membahas mengenai diperkenalkannya fitur bubble, baik idol SM Entertainment maupun penggemar merasa mampu melakukan komunikasi interpersonal melalui platform media sosial LYSN. Konten yang disampaikan melalui media ini memiliki dampak yang kuat, karena struktur pembuatannya melibatkan teknologi dan beragam media interaksi, seperti teks, gambar, foto, audio, dan video. Keberadaan berbagai elemen ini memberikan kekuatan tersendiri pada komunikasi yang terjalin di dalamnya. Aplikasi ini juga menyediakan variasi interaksi komunikatif bagi penggunaannya (Lutfiah Al Hanif et al., n.d.). Hal ini memperlihatkan bagaimana kemajuan teknologi dapat menciptakan ruang untuk komunikasi yang lebih mudah antara penggemar dan idola, tetapi juga memperkuat ikatan emosional antara keduanya melalui platform yang didedikasikan khusus untuk interaksi tersebut.

Gambar 1. 4 Menu Aplikasi Phoning



Sumber : Data Peneliti, diambil tahun 2023

Pembeda antara aplikasi lainnya dengan aplikasi Phoning ini yang juga dapat memfasilitasi penggemar berinteraksi dan memberikan dukungan secara langsung melalui aplikasi Phoning adalah konsep diciptakannya aplikasi Phoning ini dengan ide bahwa New Jeans dan penggemarnya dapat menggunakan satu ponsel bersama. Phoning memiliki fitur *live*, obrolan, album foto, dan kalender yang beroperasi secara waktu nyata. Phoning dirancang untuk memfasilitasi berbagai aspek kehidupan sehari-hari anggota grup dan mempromosikan komunikasi yang lebih mendalam. Harapannya adalah bahwa melalui Phoning, New Jeans dan penggemarnya akan berbagi pengalaman pertumbuhan bersama, dan akan membantu terbentuknya persahabatan yang melebihi hubungan biasa antara artis dan penggemar, hingga menjadi seperti sahabat dalam tim.

Gambar 1. 5 Fitur Siaran Langsung



Sumber : Data Peneliti, diambil tahun 2023

Penggemar dapat mengakses Fitur siaran langsung yang berlangsung mirip dengan panggilan video, dan para penggemar bisa merasakan seolah-olah mereka sedang berbicara dengan New Jeans secara langsung tanpa harus mengeluarkan uang untuk berlangganan. Penggemar dapat mengobrol sambil menonton acara tersebut secara langsung dan juga dapat mengirim pesan dukungan dengan memberikan reaksi hati. Siaran langsung yang telah selesai akan diunggah ke daftar panggilan tak terjawab dan dapat diakses kembali sebagai rekaman.

Mulai dari tanggal perilisian hingga 30 November 2022, semua fasilitas di dalam aplikasi Phoning tersedia secara cuma-cuma, memberikan penggemar akses bebas biaya untuk menikmati berbagai fitur yang ditawarkan. Namun, perubahan signifikan dalam model kebijakan tarif mulai diterapkan pada 1 Desember 2022. Sejak saat itu, sejumlah layanan yang sebelumnya gratis akan beralih menjadi berbayar, meskipun masih ada pengecualian tertentu yang tetap dapat diakses tanpa biaya tambahan.

Penggemar yang menginginkan pengalaman interaktif lebih mendalam dari aplikasi Phoning dapat mengakses ke fitur-fitur premium dengan melakukan pembayaran terlebih dahulu. Ini mencakup kesempatan untuk berbincang secara personal dengan salah satu member New Jeans dan mendapatkan respon langsung dari *member* melalui fitur messages, mengakses album foto untuk berbagi gambar dan video pribadi anggota New Jeans, serta mengikuti kalender yang menampilkan jadwal resmi tim dan jadwal individu yang diperbarui langsung oleh para anggota. fitur-fitur interaktif ini dapat dinikmati oleh penggemar yang membayar biaya langganan.

Dalam upaya untuk memenuhi kepuasan penggemar dalam menggunakan aplikasi Phoning, penggemar kini diberikan opsi untuk berlangganan dengan biaya bulanan sebesar Rp129.000 atau biaya tahunan sebesar Rp1.349.000. Keputusan ini mencerminkan komitmen untuk menyediakan konten berkualitas tinggi dan memungkinkan pengguna untuk terus menikmati berbagai fitur yang disediakan oleh aplikasi ini dengan lebih mendalam dan intens. Sebagai hasilnya, langganan ini memberikan akses eksklusif kepada penggemar, memastikan bahwa mereka dapat tetap terlibat dengan idola mereka dan merasakan pengalaman yang lebih pribadi dan mendalam melalui aplikasi Phoning.

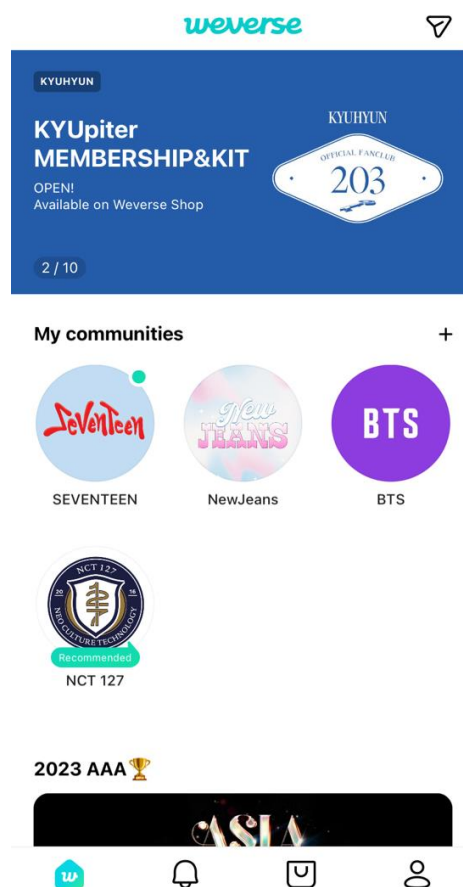
Gambar 1. 6 Laman Berlangganan Aplikasi Phoning



Sumber : Data Peneliti, diambil tahun 2023

Salah satu fitur interaktif yang dapat dinikmati para penggemar New Jeans yang sudah membayar biaya langganan adalah fitur untuk bertukar pesan dengan anggota New Jeans melalui fitur messages. Keuntungan yang didapat melalui fitur ini antara lain, memungkinkan pengguna untuk mendapatkan informasi secara personal dari anggota New Jeans, memberikan pengalaman komunikasi yang lebih pribadi dengan individu anggota, meningkatkan rasa kedekatan, serta memungkinkan pengguna untuk tetap terkini dengan update yang diberikan oleh anggota New Jeans melalui fitur pesan tersebut. Dengan demikian, fitur messages menjadi salah satu elemen kunci dalam memperkaya interaksi antara penggemar dan *idol* New Jeans.

Gambar 1. 7 Fitur Aplikasi Weverse



Sumber : Data Peneliti, diambil tahun 2023

Aulia Salsabila, 2024

KOMUNIKASI INTERAKTIF PENGGEMAR KEPADA IDOL NEW JEANS (Studi Deskriptif Pada Aplikasi Phoning)

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi
[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

Bukan hanya penggemar New Jeans saja yang dapat berkomunikasi melalui aplikasi khusus untuk memperkuat kenyamanan hubungan antara penggemar dan *idolnya*. Dalam sebuah laporan ilmiah yang membahas Weverse sebagai alat komunikasi antara penggemar dan *idol*, terlihat bahwa hubungan antara Seventeen dan Carat sangat akrab dan menghasilkan perasaan kenyamanan. Berdasarkan hasil penelitian, interaksi ini terjadi karena adanya komunikasi dua arah, di mana penggemar dapat memberikan komentar pada konten yang mereka unggah melalui aplikasi Weverse dan menerima tanggapan langsung dari anggota Seventeen (Tofani, 2023). Yang membedakan aplikasi Weverse dengan Phoning adalah pesan yang dikirimkan penggemar New Jeans melalui fitur Messages hanya dapat dilihat oleh penggemar dan idolnya saja jadi terkesan seperti private messages antara individu penggemar dan individu idol New Jeans, berbeda dengan aplikasi Weverse dimana balasan yang diberikan oleh penggemar dan idolnya dapat di lihat oleh penggemar dan idol lainnya.

Aplikasi Phoning dan aplikasi yang umumnya digunakan oleh penggemar Kpop untuk berkomunikasi dengan idol mereka memiliki perbedaan yang mencolok, dan perbedaan ini menjadi titik perdebatan di antara komunitas penggemar Kpop. Sebagian besar aplikasi yang biasanya digunakan oleh penggemar New Jeans memerlukan langganan berbayar agar pengguna dapat menikmati fitur-fitur interaktif dan komunikasi langsung dengan idolnya. Sebagai contoh, penggemar yang ingin berkomunikasi secara maksimal dengan idol New Jeans melalui aplikasi Phoning harus membayar biaya langganan untuk mendapatkan akses penuh.

Di sisi lain, terdapat aplikasi populer seperti Weverse yang menawarkan pengalaman berbeda. Weverse memungkinkan penggemar untuk berkomunikasi dua arah dengan idolnya tanpa harus membayar biaya langganan. Hal ini menciptakan perbedaan signifikan dalam cara penggemar Kpop dapat berinteraksi dengan idol mereka. Beberapa penggemar mungkin lebih suka model gratis yang memungkinkan akses komunikasi yang lebih mudah, sementara yang lain mungkin bersedia membayar untuk fitur-fitur eksklusif yang ditawarkan oleh aplikasi berlangganan. Perbedaan ini menciptakan dinamika unik di antara komunitas

penggemar Kpop dan terus menjadi topik pembicaraan yang menarik di kalangan para penggemar.

Gambar 1. 8 Komentar Mengenai Phoning Berbayar



Sumber : (twitter.com, diakses pada 4 Desember 2023)

Keputusan untuk mengenakan biaya pada fitur interaktif di aplikasi Phoning menciptakan perdebatan di kalangan penggemar New Jeans. Meskipun fasilitas berbayar yang disediakan dinilai cukup memuaskan, namun muncul pro dan kontra di antara komunitas tersebut. Beberapa penggemar merasa puas dengan kualitas layanan yang ditingkatkan melalui fitur berbayar, menganggapnya sebagai investasi yang sepadan dengan manfaat yang diperoleh. Namun, sebagian penggemar lainnya merasa kecewa dan memilih untuk menguninstal aplikasi Phoning karena perubahan kebijakan dari gratis menjadi berbayar. Perubahan ini menimbulkan ketidakpuasan dan perasaan kurang nyaman di kalangan sebagian pengguna yang awalnya terbiasa dengan akses gratis. Dengan demikian, kebijakan berbayarnya fitur interaktif di aplikasi Phoning menciptakan dinamika yang kompleks di dalam komunitas penggemar New Jeans, memunculkan perspektif yang beragam terkait nilai tambah dari pembayaran yang diminta.

Gambar 1. 9 Pendapat Mengenai Phoning Berbayar



Sumber : (twitter.com, diakses pada 4 Desember 2023)

Pada waktu yang bersamaan muncul divergensi pandangan terhadap aplikasi Phoning yang menciptakan beragam pendapat di antara pengguna yang terbiasa menikmati aplikasi Phoning secara gratis, termasuk keluhan mengenai pilihan eksklusivitasnya dan saran untuk mempertimbangkan aplikasi lain selain Phoning. Beberapa individu merasa frustrasi dan mengajukan pertanyaan mengapa Phoning menjadi satu-satunya pilihan, sementara yang lain berpendapat bahwa kebijakan ini dapat menghambat pertumbuhan fandom New Jeans. Meskipun komentar-komentar ini muncul, penting untuk diingat bahwa tujuan utama dari kehadiran aplikasi Phoning adalah untuk memfasilitasi komunikasi yang lebih dalam dan personal dengan para penggemar New Jeans. Meskipun mungkin ada pendapat yang tidak selaras, tujuan tersebut mencerminkan upaya untuk membangun kedekatan yang lebih erat antara idol dan penggemarnya. Oleh karena itu, sementara beragamnya pandangan bisa muncul, intinya adalah mencapai tujuan mendalamnya dalam membentuk komunikasi yang lebih dekat dan bermakna di antara komunitas penggemar New Jeans.

Fitur interaktif pada aplikasi Phoning yang diimplementasikan dengan model berbayar bertujuan tidak hanya untuk memperoleh keuntungan finansial, tetapi juga untuk meningkatkan kepuasan pengguna dalam menggunakan fitur interaktif tersebut, dengan harapan dapat menghasilkan respons yang positif dari penggemar. Hal ini sejalan dengan temuan dari penelitian sebelumnya, di mana penggemar K-

Pop cenderung berinteraksi melalui akun fanbase di Instagram untuk berbagi informasi terkini mengenai idola mereka. Dalam konteks ini, fitur komentar di Instagram menjadi sarana utama bagi penggemar untuk berinteraksi dan menyampaikan tanggapan positif. Meskipun Instagram menyediakan fitur Direct Message (DM) untuk komunikasi pribadi, penelitian menunjukkan bahwa penggunaannya cenderung lebih rendah dibandingkan dengan fitur komentar, menekankan preferensi penggemar dalam berinteraksi secara terbuka di platform sosial tersebut (Marchellia & Siahaan, 2022).

Pemanfaatan fitur interaktif dinilai sangat membantu para penggemar New Jeans yang memiliki perbedaan bahasa dari berbagai dunia. Hal ini tidak dianggap sebagai hambatan dalam berinteraksi melalui aplikasi Phoning dikarenakan terdapat fitur untuk translate bahasa yang digunakan para pengguna aplikasi Phoning yang membuat pengguna nyaman menikmati aplikasi Phoning. Seperti pada temuan dari penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan aplikasi Weverse dianggap memiliki sifat komunikatif, konstruktif, up to date, dan berfokus pada pemahaman. Keamanan dan kenyamanan akses aplikasi ini juga mendorong penggunaan berulang oleh ARMY. Mereka juga menyatakan kepuasan atas informasi yang mereka peroleh melalui Weverse. Secara keseluruhan, Weverse terbukti berhasil dalam meningkatkan literasi digital karena sistem media yang ada, penyediaan informasi, dan kemudahan aksesnya yang memenuhi kebutuhan ARMY (Santoso, 2021).

Komunikasi yang terjalin antara penggemar dan New Jeans melalui aplikasi Phoning dianggap dapat meningkatkan keakraban antara satu sama lain. Hal tersebut sesuai dengan definisi komunikasi dimana komunikasi merupakan suatu proses dimana pesan diberikan dan diterima antara satu pihak dengan pihak lainnya. Fungsi komunikasi juga meliputi membentuk pemahaman bersama, memperkuat hubungan persahabatan, menyampaikan informasi, menyatakan perasaan kasih sayang, dan menjaga kelangsungan peradaban manusia (Rakhmat, 2008).

Pemanfaatan aplikasi Phoning secara tidak langsung menciptakan ikatan khusus antara penggemar dan New Jeans, karena penggemar merasa eksklusif dalam interaksi melalui aplikasi Phoning. Menurut penelitian terdahulu terdapat hubungan signifikan antara hubungan parasosial dan loyalitas penggemar. Hasil

penelitian menunjukkan bahwa hubungan yang paling kuat terlihat antara dimensi perilaku (behavioral) dan dimensi interaksi (Perbawani & Nuralin, 2021).

Komunikasi interaktif antara penggemar dan New Jeans dikatakan memperkuat ikatan yang kuat. Ini terjadi ketika penggemar berbagi kegiatan anggota New Jeans melalui aplikasi Phoning dan secara rutin memberikan komentar yang menunjukkan minat dan ketertarikan mereka terhadap informasi terbaru yang akan dibagikan oleh anggota New Jeans di masa mendatang. Penelitian sebelumnya yang mengulas tentang Hubungan Parasosial di Media Sosial dengan fokus pada *Fandom Army* di Twitter juga menunjukkan bahwa penggemar memiliki tingkat ketergantungan yang tinggi terhadap konten dan berita terbaru tentang BTS. Hal ini mirip dengan penggemar New Jeans yang juga sangat antusias dalam mengikuti pembaruan terkait aktivitas anggota New Jeans melalui aplikasi Phoning (Sagita & Kadewardana, 2017).

Dengan dasar informasi yang telah diuraikan sebelumnya, peneliti bertujuan untuk meneliti lebih dalam mengenai interaksi antara penggemar dan grup K-pop New Jeans melalui aplikasi Phoning dan menggunakan metode studi kualitatif deskriptif. Kepopuleran grup dan keragaman penggemarnya diharapkan akan memberikan data yang menarik yang dapat dianalisis oleh penulis. Oleh karena itu, berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul "Komunikasi Interaktif Penggemar Kepada *Idol* New Jeans (Studi Deskriptif pada Aplikasi Phoning)".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada uraian yang dipaparkan dalam latar belakang penelitian, adapun rumusan masalah yang akan diteliti oleh peneliti terfokuskan dalam mengetahui bagaimana komunikasi interaktif yang terjalin antara penggemar dan *idol* New Jeans melalui aplikasi Phoning?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian dengan judul "Komunikasi Interaktif Penggemar Kepada *Idol* New Jeans (Studi Deskriptif pada Aplikasi Phoning)", yaitu:

- 1.3.1 Tujuan praktis, penelitian dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan pengetahuan pembaca baik terkait pemanfaatan media sosial Phoning oleh penggemar sebagai sarana komunikasi, sehingga penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber informasi maupun referensi untuk penelitian selanjutnya.
- 1.3.2 Tujuan teoritis, penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui hasil dari terjalannya komunikasi interaktif di aplikasi Phoning oleh penggemar dan *idol* New Jeans yang dilakukan dengan pendekatan deskriptif.

1.4 Manfaat Penelitian

Untuk menjawab rumusan permasalahan penelitian "Komunikasi Interaktif Penggemar Kepada Idol New Jeans (Studi Deskriptif pada Aplikasi Phoning)", maka manfaat penelitian yang diperoleh adalah:

- 1.4.1 Manfaat akademis, diharapkan bahwa hasil penelitian ini dapat berperan dalam memajukan pengetahuan di bidang ilmu komunikasi, khususnya dalam konteks media komunikasi virtual, dan menjadi sumber referensi yang berguna bagi para peneliti lain yang tertarik pada fenomena serupa.
- 1.4.2 Manfaat praktis, penelitian ini diharapkan dapat menyediakan wawasan dan kontribusi berharga kepada peneliti, penggemar, dan masyarakat mengenai hasil komunikasi interaktif yang terjalin antara penggemar dan idolanya melalui aplikasi khusus.

1.5 Sistematika Penulisan

Penelitian ini disusun dengan struktur penulisan yang telah dirancang secara sistematis, dimaksudkan untuk memudahkan pembaca dalam memahami penjelasan materi yang disajikan. Penelitian ini mengikuti pedoman yang telah ditetapkan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab I ini mencakup eksposisi tentang konteks masalah, yang mencakup penjelasan tentang Idol New Jeans dan aplikasi Phoning yang digunakan sebagai alat komunikasi antara penggemar dan New Jeans. Selain itu, bab ini

juga mencantumkan rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan yang menjadi dasar untuk menentukan judul, topik, serta pokok permasalahan yang akan dianalisis secara rinci.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini memuat informasi mengenai studi-studi sebelumnya, ide-ide pokok dalam penelitian, teori penelitian, dan kerangka berpikir.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini membahas mengenai metode penelitian yang akan digunakan oleh peneliti, objek penelitian, jenis penelitian, teknik pengumpulan data, sumber data, prosedur analisis data, metode penjaminan kualitas data, serta penentuan waktu penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini, peneliti menyajikan hasil dari proses proses pengumpulan data, reduksi data, dan penyajian data berdasarkan hasil temuan. Penelitian ini juga membahas secara rinci dalam konteks aspek teoritis dan melakukan perbandingan dengan dasar-dasar serta penelitian sebelumnya yang relevan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab V menjelaskan kesimpulan yang ditarik dari hasil analisis yang telah dilakukan pada bab sebelumnya. Selain itu, peneliti memberikan saran, baik dalam konteks teoritis maupun praktis, yang diharapkan dapat memberikan manfaat bagi peneliti di masa depan yang bergerak dalam bidang yang sama.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar Pustaka berisi referensi-referensi yang digunakan peneliti dalam penelitian ini, termasuk buku, jurnal, dan dokumen-dokumen terpercaya yang mendukung penelitian.

LAMPIRAN

Bagian Lampiran memuat data tambahan yang digunakan oleh peneliti untuk mendukung penelitian ini.