

Komunikasi Virtual Fandom K-Pop (Etnografi Virtual Komunitas Fandom Online:Discord Server CoppaMagz)

Yashfilhaz

Ilmu Komunikasi, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

Article Info

Article history:

Received Juli, 2023

Accepted Desember,
2023

Published Desember,
2023

Keyword:

K-Pop Fandom, Virtual
Communication, Discord
Server CoppaMagz

Abstract

The rise of K-pop fans led to the formation of A K-pop fandom that sought information related to their favorite idols through social media. This study aims to find out how the virtual communication of K-pop fandom happens inside the Discord Server CoppaMagz. The theory used is the theory of Interaction Process Analysis (Robert Bales). This research is descriptive qualitative by using virtual ethnography methodology to see the phenomenon of cyber culture on the internet. The results of this study led to the phenomenon or cyber culture that became a product of the fusion of culture with technology. In the process of virtual communication on Discord Server CoppaMagz encountered two problems. Tension problems due to disagreements with perspective and ego. And reintegration problems due to the mismatch of frequencies. While the virtual communication that occurs consists of four models, namely, positive action by showing solidarity; efforts to answer by giving advice, opinions, and information; questions by asking for information, opinions, and advice; negative actions by showing disagreement, tension, and dissent.

Abstrak

Kata Kunci :

Fandom K-Pop,
Komunikasi Virtual,
Discord Server
CoppaMagz

Maraknya fans K-pop menyebabkan terbentuknya suatu fandom K-pop yang mencari informasi terkait idola favorit mereka melalui media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana komunikasi virtual fandom K-pop yang terjadi di dalam Discord Server CoppaMagz. Teori yang digunakan adalah teori analisis proses interaksi (Robert Bales). Penelitian ini bersifat kualitatif deskriptif dengan menggunakan metodologi etnografi virtual untuk melihat fenomena budaya siber yang ada di internet. Hasil penelitian ini memunculkan fenomena atau budaya siber yang menjadi sebuah produk dari perpaduan antara budaya dengan teknologi. Pada proses komunikasi virtual di Discord Server CoppaMagz mengalami dua masalah. Masalah ketegangan karena adanya perbedaan pendapat dengan perspektif dan ego. Serta masalah reintegrasi karena adanya ketidakcocokan frekuensi. Sedangkan komunikasi virtual yang terjadi terdiri atas empat model yakni, tindakan positif dengan cara memperlihatkan solidaritas; upaya jawaban dengan cara memberi saran, pendapat, dan informasi; pertanyaan dengan cara meminta informasi, pendapat, dan meminta saran; tindakan negatif dengan cara memperlihatkan ketidaksetujuan, adanya ketegangan, dan perbedaan pendapat.

Copyright © 2022 Jurnal Riset Komunikasi Terapan. All rights reserved.

Corresponding Author: Yashfilhaz

Ilmu Komunikasi, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Indonesia

Jl. Pakupatan Serang, Indonesia.

Email: yashfilhaz@gmail.com

PENDAHULUAN

Perubahan terjadi di era teknologi internet, terutama perubahan dalam pergaulan remaja. Semua yang dilakukan dimudahkan oleh teknologi internet dan dapat diselesaikan dengan cepat. Internet berfungsi sebagai saluran komunikasi di mana milyaran informasi dalam bentuk teks, foto, audio, video, dan sebagainya dapat disampaikan oleh siapa saja, kapan saja, dan dari mana saja.

Menurut Rheingold, internet menjadi tempat terjadinya virtual di mana para individu bekerjasama dan berinteraksi sampai pada pelibatan terhadap emosi secara virtual (Nasrullah, 2014). Biasanya mereka mempunyai pembahasan atau topik yang sama, seperti membahas tentang berita, game, ataupun hanya sekedar bertukar informasi.

Komunikasi yang dilakukan pada kelompok tersebut disebut dengan komunikasi virtual karena kelompok-kelompok ini berkomunikasi melalui jaringan internet dan dunia maya. Komunikasi virtual adalah pertemuan sosial yang terjadi di internet di mana setiap orang membawa masalah kehidupan nyata untuk didiskusikan secara digital dalam jangka waktu yang lama dan melibatkan pikiran atau

perasaan pengguna dengan hubungan yang dibuat di dunia maya (Prayugo, 2018).

Hiburan di internet yang sedang ramai saat ini salah satunya adalah K-pop. Penggunaan media sosial dapat menjadi bukti kuat dari fenomena Hallyu atau Korean Wave yang sedang melanda dunia, termasuk Indonesia. Korean Wave merujuk pada fenomena penyebaran budaya pop Korea secara global dalam bentuk musik pop Korea, serial drama, dan film. Pada awal tahun 1990-an, Korean Wave mulai menyebar ke negara-negara Asia lainnya, termasuk Cina, Hong Kong, dan Taiwan, dengan disiarkannya drama-drama Korea yang populer di Jepang (Yulius, 2013).

K-pop (singkatan dari Korean pop atau Korean popular music) adalah sebuah genre musik terdiri dari pop, dance, hip-hop, rock, R&B dan electronic music yang berasal dari Korea Selatan (Yulius, 2013).



Gambar 1.1 Artis K-pop

Sumber:<https://www.soompi.com/article/1560859wpp/these-10-K-pop-tracks-are-perfect-to-get-any-new-years-party-popping>

Banyak orang yang tertarik dengan musik dari industri musik Korea karena beragamnya *boyband*, *girlband*, dan penyanyi lainnya. Fenomena lain yang terjadi adalah penyebaran penggemar K-pop secara global telah menghasilkan pembentukan *fandom*. *Fans* adalah seseorang yang memiliki ketertarikan yang loyal pada suatu hal (Jenkins, 2001). *Fandom* merupakan kepanjangan dari *fan kingdom* (kerajaan fan).

Fandom K-pop di Indonesia yang sangat berkembang contohnya adalah ARMY (Adorable Representative MC for Youth) yang merupakan sebutan bagi penggemar BTS, BLINK untuk penggemar BLACKPINK, atau pun NCTzen untuk penggemar NCT (Haidir, 2022). Penggemar K-pop melakukan aktivitas yang biasa disebut dengan *fanboying* ataupun *fangirling*. penggemar perempuan disebut dengan *fangirl* sedangkan penggemar laki-laki disebut dengan sebutan *fanboy*. *Fanboy* dan *fangirl* sering dibedakan karena aktivitas tertentu yang mereka lakukan di dalam *fandom*. Namun pada dasarnya

fans/penggemar/konsumen adalah sama (Jenkins, 2007).

Setiap hubungan antar fandom, tanpa terkecuali, akan terlibat dalam komunikasi interpersonal. Fenomena *fandom* dalam ilmu komunikasi merupakan efek dari interaksi simbolik dalam komunikasi kelompok. Menurut Herbert Blummer, interaksi simbolik adalah aktivitas manusia yang melibatkan komunikasi atau pertukaran simbol-simbol yang memiliki makna (Mulyana, 2007).

Untuk melakukan aktivitas tersebut, *fandom* biasanya memiliki forum khusus di mana mereka dapat berbagi aktivitas mereka di media sosial. Salah satu media sosial yang digunakan adalah Discord. Discord merupakan platform komunikasi online gratis yang tersedia di Windows, Linux, Android, MAC, dan iOS. Discord merupakan media sosial dengan fitur komunikasi suara, video, dan teks yang digunakan orang untuk berkumpul dan berbicara dengan teman dan komunitasnya secara virtual (Discord. Inc, 2015). Discord sendiri telah diunduh lebih dari 100 juta kali di PlayStore dengan rating 4.0 dari 5 bintang.

Dalam hal ini, CoppaMagz, sebuah media K-pop ternama di Indonesia,

berinisiatif untuk membuat CoppaMagz Discord Server sebagai wadah bagi para *fandom* K-pop untuk saling bertukar informasi dan melakukan kegiatan *fangirling* dan *fanboying*. CoppaMagz merupakan sebuah media atau portal berita yang menampilkan sumber-sumber informasi menarik seputar Korean Wave/Hallyu terkini, baik itu K-pop, K-Drama, *Variety Show*, dan *Event* (CoppaMagz, 2020).

Penelitian ini berfokus pada komunikasi virtual pada *fandom* K-pop di Discord Server CoppaMagz, dengan tujuan untuk mengetahui model dan proses komunikasi virtual pada *fandom* K-pop di Discord Server CoppaMagz. Penelitian ini menggunakan teori Analisis Proses Interaksi oleh Robert Bales.

Alasan Discord Server CoppaMagz dipilih sebagai objek oleh penulis karena merupakan komunitas virtual *fandom* K-pop di Indonesia yang dibuat oleh media K-pop ternama di Indonesia.

Di sisi lain, hanya CoppaMagz yang memiliki server Discord sebagai platform komunitas virtual untuk para penggemar. Kedua, per tanggal 8 Januari 2023, server ini memiliki 3941 anggota, dan jumlah ini akan terus bertambah seiring berjalannya waktu. Ketiga, belum banyak penelitian yang menggunakan Discord sebagai objek

penelitian. Keempat, penulis termasuk dalam server ini sehingga dapat mengakses data penelitian secara langsung. Hal ini sesuai dengan metode penelitian etnografi virtual yang mengharuskan peneliti untuk mengamati fenomena sosial dan budaya yang terjadi dalam lingkup penelitian secara langsung.

TINJAUAN PUSTAKA

Komunikasi Virtual

Rheingold dalam (Nasrullah, 2014) menyebutkan bahwa komunikasi virtual adalah interaksi yang terjadi di internet di mana setiap orang membawa masalah kehidupan nyata untuk didiskusikan secara virtual dan melibatkan pikiran atau perasaan pengguna dengan hubungan yang dibuat di dunia maya (Prayugo, 2018).

Komunikasi Virtual mengklaim bahwa internet membebaskan data atau informasi bagi penggunanya merupakan salah satu yang paling kuat dalam beberapa tahun terakhir, dan menjadi pondasi bagi sebuah perbatasan baru. Gagasan tentang perbatasan baru tersebut menjadi metafora yang menarik seperti yang disebut David Silver sebagai '*popular cyberculture*' atau budaya maya populer dalam (Holmes, 2012) yang mengacu pada periode pendidikan masyarakat dalam daya tarik internet.

Bentuk horizontal dari komunikasi virtual juga lebih menarik daripada komunikasi dengan jenis telepon. Salah satu contohnya adalah *bandwidth*, yang merupakan kapasitas untuk mentransfer kompleksitas komunikasi. Ada kecenderungan untuk memadukan *cyberspace* dan budaya virtual karena kompleksitas seperti itu tidak pernah tersedia dalam jaringan transmisi listrik analog dengan cara yang dapat dihubungkan secara instan, berkecepatan tinggi, dan jaringan multi-data. Akibatnya, keunikan timbal balik ini merupakan salah satu realisme intersubjektif (Holmes, 2012).

Cyberspace kemudian menghasilkan terbentuknya komunikasi virtual di dunia maya yang dapat dikaitkan dengan kumpulan orang yang tidak dibatasi oleh waktu, tempat, batasan fisik, ataupun materi, namun memiliki potensi untuk menggantikan dan mendefinisikan ulang kompleksitas sistem komunikasi (Nasrullah, 2014).

Komunikasi virtual ber-platform digital bisa dipahami sebagai kelanjutan dari sistem percakapan dengan cara lain atau bahkan kepura-puraan dari percakapan, dalam arti bahwa memungkinkan secara konstitutif terbentuknya interaksi jenis baru yang

unik. Secara khusus, sifat digital dari komunikasi ini menempatkannya diluar fungsi ekstensi yang mampu dilakukan dengan teknologi-teknologi analog (Junep, 2017).

Discord dan Fandom

Discord adalah sebuah platform pesan instan, media sosial, dan distribusi digital asal Amerika Serikat yang menggunakan *Voice over Internet Protocol* (VoIP) untuk membangun komunitas virtual (Discord. Inc, 2015). Pengguna Discord dapat terhubung dalam obrolan pribadi dan sebagai bagian dari "server" dengan panggilan suara, panggilan video, pesan teks, media, dan file. Dalam Discord, server adalah kumpulan ruang obrolan tetap dan saluran obrolan suara.

Untuk menggunakan Discord, pengguna harus terlebih dahulu mendaftar menggunakan alamat email dan membuat nama pengguna. Agar banyak pengguna dapat menggunakan nama pengguna yang sama, empat digit angka yang disebut sebagai "pembeda" ditetapkan, dengan tanda "#" ditambahkan di akhir nama pengguna. Discord memungkinkan pengguna untuk menghubungkan akun Twitch, YouTube, Spotify, atau akun platform online lainnya baik di tingkat server maupun pengguna.

Komunitas Discord dibagi menjadi beberapa saluran terpisah yang dikenal sebagai server. Seorang pengguna dapat membuat server gratis, mengelola visibilitas publik mereka, dan membuat satu atau beberapa saluran di server tersebut. Pengguna Discord dapat meningkatkan kualitas server mereka dengan menggunakan opsi "*Server Boost*", yang meningkatkan kualitas saluran audio, saluran streaming, slot stiker, dan fitur-fitur lainnya dalam tiga tingkatan. Pengguna dapat membayar biaya bulanan untuk membeli penguat untuk mendukung server pilihan mereka. Kepemilikan "Discord Nitro," langganan platform berbayar, memberikan partisipan beberapa dorongan ekstra untuk digunakan di server mana pun yang mereka inginkan.

Di dalam server terdapat "*channel*" yang dapat digunakan untuk mengobrol dan streaming suara atau untuk pesan instan dan berbagi dokumen. Visibilitas dan akses saluran dapat disesuaikan untuk membatasi akses ke individu tertentu; misalnya, memberi label saluran "NSFW" (*Not Safe for Work*) mengharuskan pemirsa yang baru pertama kali melihatnya untuk menunjukkan bahwa mereka berusia di

atas 18 tahun dan ingin melihat konten tersebut.

Sedangkan penggemar atau fans adalah kelompok yang paling terlihat dari audiens budaya populer. Menurut KBBI, budaya populer adalah budaya yang dikenal dan digemari oleh mayoritas masyarakat pada umumnya, relevan dengan kebutuhan masyarakat saat ini. Dalam bentuknya yang paling dasar, fandom adalah sekelompok penggemar yang mengembangkan jaringan sosial satu sama lain karena mereka memiliki minat yang sama dalam membaca dan melihat teks tertentu (Gooch, 2001).

Sejak munculnya Internet, *fandom* telah berubah. *Cyber-fandom* dan jenis lain dari komunitas dan koneksi lainnya mungkin telah mengubah cara orang memandang diri mereka sendiri dan komunitas mereka. Sebuah komunitas, seperti yang didefinisikan oleh (Gooch, 2001), komunitas adalah pengelompokan sosial individu yang memiliki minat yang sama; namun, peserta *fandom* tidak selalu hidup di tempat yang sama. Para penggemar sering kali berkomunikasi secara online, terutama di ranah *cyber-fandom*, tanpa harus bertemu langsung. Para penggemar bersatu dalam *cyber-fandom* untuk membangun komunitas

dan budaya virtual seputar minat mereka dalam berkreasi.

Menurut Gooch (Gooch, 2001) dengan menciptakan aspek budaya dan aktivitas, para penggemar telah menciptakan suatu jenis masyarakat di mana hanya para penggemar yang berpartisipasi secara penuh. Setiap aktivitas ini merupakan moda komunikasi yang digunakan para penggemar untuk berinteraksi dan berhubungan satu sama lain untuk menciptakan suatu topik yang beragam namun saling berkaitan.

Hal inilah yang terjadi pada kelompok fandom K-pop yang tergabung dalam Discord Server CoppaMagz, yang menggunakan internet khususnya media sosial sebagai media komunikasi dan interaksi di antara para anggotanya dalam berdiskusi, berdebat, dan saling bertukar informasi mengenai idola sebagai sesama penggemar.

Teori Analisis Proses Interaksi

Interaksi adalah komponen yang melekat pada sifat manusia karena manusia merupakan makhluk sosial yang tidak dapat bertahan hidup sendiri tanpa interaksi dengan orang lain. Tujuan manusia berinteraksi dan berbicara satu sama lain adalah untuk saling mempengaruhi satu sama lain, baik antar

individu, individu dengan kelompok, maupun kelompok dengan kelompok. Sehingga kebutuhan dasar manusia terpenuhi bagi kedua belah pihak.

Teori analisis proses interaksi yang dikemukakan oleh Robert Bales merupakan salah satu teori yang memiliki dampak signifikan terhadap interaksi atau komunikasi manusia dalam kelompok. Teori klasik ini meneliti berbagai macam sinyal yang dikomunikasikan orang dalam kelompok dan bagaimana pesan-pesan ini mempengaruhi peran dan kepribadian kelompok (Morissan, 2014).

Bales mengembangkan teori komunikasi kelompok untuk menjelaskan berbagai jenis pesan yang dibagikan dalam kelompok, bagaimana pesan-pesan ini memengaruhi peran dan kepribadian anggota kelompok, dan bagaimana pesan-pesan ini berdampak pada karakter atau sifat kelompok secara keseluruhan (Morissan, 2014).

Meskipun teori Bales terbatas pada prediksi koalisi dan jaringan di dalam kelompok berdasarkan distribusi berbagai tipe kelompok, teori ini juga menunjukkan hubungan antara perilaku individu dan komentar yang dibuat oleh orang lain. Pertukaran ini menunjukkan bahwa, tergantung pada perilaku,

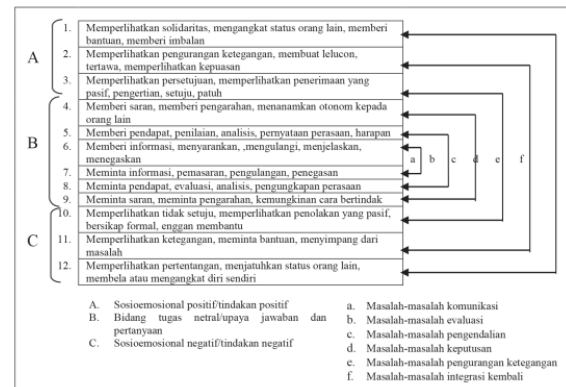
seseorang dapat memulai dan menerima (Morissan, 2014).

Robert bales menyatakan terdapat empat model pesan komunikasi kelompok yaitu tindakan positif, upaya jawaban, pertanyaan, dan tindakan negatif yang dijabarkan lagi menjadi duabelas komponen-komponennya (Morissan, 2014).

Enam kategori analisis proses interaksi yang dikemukakan oleh Robert Bales terdiri dari:

1. Masalah komunikasi akan muncul di dalam kelompok jika para anggota tidak saling bertukar informasi.
2. Masalah evaluasi akan muncul di dalam kelompok jika para anggota tidak saling bertukar pendapat.
3. Masalah pengawasan akan muncul di dalam kelompok jika para anggota tidak saling bertanya dan memberikan saran.
4. Masalah keputusan akan muncul di dalam kelompok jika para anggota menghadapi dilema pengambilan keputusan dan tidak dapat mencapai konsensus.
5. Masalah ketegangan akan muncul di dalam kelompok jika tidak ada yang didramatisasi atau dibesar-besarkan.
6. Masalah reintegrasi akan muncul di dalam kelompok jika para anggota

gagal untuk memberikan sambutan hangat kepada satu sama lain, sehingga menyulitkan kelompok untuk membangun kembali rasa kebersamaan.



Gambar 2.1 Teori Analisis Proses

Interaksi Robert Bales

Sumber: (Morissan, 2014)

Sesuai dengan paradigma Bales, dramatisasi atau bercerita dapat membantu anggota kelompok untuk rileks dan keluar dari lingkungan yang tegang dan penuh tekanan. Menurut beberapa ahli komunikasi dan ilmu sosial, jenis komunikasi ini sangat penting untuk mengurangi stres dan secara umum meningkatkan kualitas percakapan kelompok. Dalam sebuah kelompok, cerita sering kali diceritakan atau didistribusikan secara teratur sesuai dengan tema yang telah ditetapkan atau disukai, seperti pengetahuan umum atau tema fantasi, yang membantu kelompok mengembangkan rasa identitas (Morissan, 2014).

Etnografi Virtual

Etnografi virtual adalah metode untuk mempelajari fenomena sosial dan budaya pengguna di ruang siber (Nasrullah, 2017).

Etnografi virtual mempertanyakan asumsi yang sudah berlaku secara umum dan sering dipegang tentang internet, yang menafsirkan internet sebagai media komunikasi, sebuah "*ethnography in, of, and through the virtual*" Tidak perlu ada keterlibatan tatap muka atau *face to face* (Hine, 2001).

Istilah etnografi biasanya dikaitkan dengan budaya; pada kenyataannya, istilah ini sering digunakan dalam studi etnografi. Dalam konteks etnografi ini, budaya dapat didefinisikan sebagai kumpulan kecenderungan perilaku dan kepercayaan. Etnografi juga sering digunakan sebagai metode penelitian dan laporan penelitian. Dalam hal metodologi, etnografi dapat didefinisikan sebagai studi lapangan di mana seorang peneliti tinggal bersama orang-orang yang diteliti. Etnografi tidak hanya melaporkan tren budaya suatu kelompok, tetapi juga memberikan interpretasi atau penafsiran atasnya (Creswell, 2012).

Sebagai peneliti, etnografer percaya bahwa dunia maya adalah sebuah

budaya dan artefak yang dapat mendekati beberapa hal atau fenomena yang ada di internet. Pendekatan etnografi virtual berhubungan dengan objek dunia maya dan artefak yang akan didokumentasikan dan dievaluasi, sehingga etnografer harus terlibat secara mendalam dalam lingkungan virtual dengan topik penelitian. Kehadiran peneliti di tengah-tengah objek penelitian baik dalam hal orang, komunitas, pengelompokan sosial, dan budaya yang ada di lingkungan virtual/cyber merupakan syarat mutlak dalam melakukan penelitian etnografi virtual. Seorang etnografer tidak dapat mengumpulkan data dan menarik kesimpulan berdasarkan apa yang dilaporkan orang lain (Nasrullah, 2017).

Etnografi virtual memberikan para peneliti berbagai pilihan untuk mempelajari hal-hal yang bersifat virtual. Artinya, studi etnografi virtual tidak selalu melihat materi yang berhubungan dengan isi cuitan di linimasa Twitter, isi teks berita, atau penggambaran status seseorang di platform media sosial tertentu. Lebih jauh lagi, jika musik, video, atau bahkan gambar meme yang ada di dunia virtual, dapat dijadikan bahan untuk meneliti budaya sekelompok individu yang ada di jagat maya (Rachmaniar, Prihandini, & Anisa, 2021).

METODE PENELITIAN

Pendekatan ilmiah yang dikenal dengan metode penelitian digunakan untuk mengumpulkan data dengan kegunaan atau tujuan tertentu (Sugiyono, 2015). Penelitian ini mendeskripsikan, mengkaji, dan menjelaskan praktik komunikasi virtual *fandom* K-pop di Discord Server CoppaMagz dengan menggunakan teknik Analisis Media Siber (AMS). Sesuai dengan prinsip dasar etnografi komunikasi yang menyatakan bahwa perbedaan dalam saluran komunikasi menyebabkan variasi dalam pola bicara dan norma-norma budaya suatu kelompok masyarakat (Kuswarno, 2008). Menurut (Nasrullah, 2017), Metode Analisis Media Siber (AMS) adalah kombinasi dan panduan untuk analisis etnografi virtual.

Dalam metode ini terdapat empat level, yaitu ruang media, dokumen media, objek media dan pengalaman. Keempat metode ini adalah hasil pengembangan beberapa metode yang muncul dalam dunia akademisi untuk melihat realitas yang muncul di ruang siber (Nasrullah, 2014). Secara garis besar, level-level dalam Analisis Media Siber sebagaimana dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 2 Level AMS

Level	Objek
Ruang media (<i>media space</i>)	Struktur perangkat media dan penampilan, terkait dengan prosedur perangkat atau aplikasi yang bersifat teknis.
Dokumen media (<i>media archive</i>)	Isi, aspek pemaknaan teks/grafis sebagai artefak budaya.
Objek media (<i>media object</i>)	Interaksi yang terjadi di media siber, komunikasi yang terjadi antar anggota komunitas
Pengalaman (<i>experiential stories</i>)	Motif, efek, manfaat atau realitas yang terhubung secara offline maupun online termasuk mitos.

Sumber: (Nasrullah, 2017)

PEMBAHASAN

Perkembangan musik global semakin diminati oleh masyarakat, salah satunya adalah K-pop. Maraknya *fans* K-pop menyebabkan terbentuknya suatu *fandom*. *Fandom* K-pop ini mencari informasi terkait idola favorit mereka melalui media sosial. Discord Server CoppaMagz adalah salah satu platform

media sosial yang digunakan *fandom* K-pop untuk mencari informasi tersebut.

Komunikasi virtual merupakan perkumpulan sosial yang mengambil bentuk di dalam internet dimana semua orang membawa persoalan dikehidupan nyata untuk didiskusikan secara virtual dalam waktu yang lama dan melibatkan perasaan atau pemikiran penggunanya dengan relasi yang terbentuk di ruang siber (Prayugo, 2018). Dengan demikian, Discord Server CoppaMagz sudah menjadi komunitas virtual yang komunikasinya dijembatani oleh K-pop. Komunitas virtual adalah hasil dari *Cyberspace* yang dapat diasosiasikan dengan sekumpulan individu yang tidak terikat oleh waktu, tempat maupun keadaan fisik atau material (Nasrullah, 2015).

Discord Server CoppaMagz adalah komunitas virtual yang di dalamnya berkumpul *fandom* K-pop yang memiliki kesamaan minat yaitu K-pop. *Fandom* K-pop bergabung untuk mendapatkan informasi terkait idola favorit mereka dengan saling berinteraksi. Komunikasi virtual yang terjadi dapat membentuk hubungan antar pribadi anggotanya, karena meskipun pada keyataannya antar *fandom* K-pop tidak saling mengenal di dunia nyata, namun Discord Server

CoppaMagz telah menjadi medium para *fandom* K-pop untuk saling terhubung dengan teknologi.

Discord Server CoppaMagz memberikan informasi berupa tulisan, gambar, audio, ataupun video. Semua informasi tersebut telah menjadi sebuah arsip yang ada di dalam server. Arsip tersebut bisa dilihat dan dibuka kapan saja oleh para *fandom* K-pop yang tergabung di server, selagi admin dari server tidak menghapusnya.

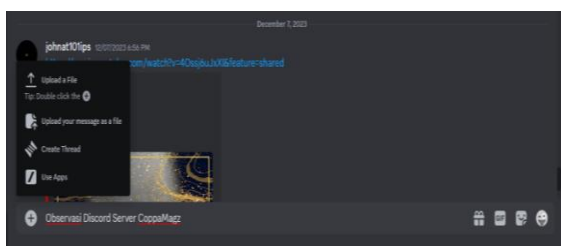
Komunikasi virtual di Discord Server CoppaMagz terjadi secara dua arah, berbeda dengan mencari informasi di portal berita, komunikasi yang terjadi hanya bersifat satu arah dimana *fandom* K-pop hanya bisa menerima informasi saja. Dengan adanya interaksi tersebut, *fandom* K-pop dapat memperluas jangkauan informasinya. Interaksi tersebut dilakukan dengan cara memberikan respon terhadap konten maupun berdiskusi dengan *fandom* K-pop lainnya. Akan tetapi, *fandom* bukan lah faktor utama dalam interaksi. *Fandom* hanya menjadi identitas bagi anggota saja.

Discord Server CoppaMagz memiliki fitur-fitur untuk mendukung proses komunikasi di dalamnya yaitu *Messages*, *Voice Call*, dan *Video Call*, namun fitur-fitur tersebut memiliki

proses komunikasi yang berbeda-beda. Fitur tersebut memiliki proses komunikasi yang berbeda karena karakteristik dari fitur tersebut, berikut adalah proses komunikasi yang terjadi pada masing-masing fitur:

1) Messages

Dalam fitur ini, pesan yang disampaikan dapat tersampaikan dengan melalui proses pengetikan terlebih dahulu pada kolom pesan, setelah itu kirim pesan dengan menekan tombol *enter*. Untuk mengunggah dokumen dapat dilakukan dengan menekan *icon* yang berada di sebelah kiri kolom pesan, bila sudah ditekan akan muncul secara otomatis pilihan dokumen yang tersedia. Pada kolom pesan juga terdapat pilihan emoji dan stiker yang dapat digunakan dalam berinteraksi. Berikut adalah tampilan kolom *Messages* pada Discord Server CoppaMagz.



Gambar 4.26 Tampilan *Messages*

Sumber: Olahan Penulis

2) Voice/Video Call

Dalam menggunakan fitur ini, dibutuhkan perangkat tambahan seperti *microphone* atau kamera yang sudah dijelaskan

sebelumnya sebagai alat untuk membantu mendengar secara jelas dan membantu berkomunikasi secara lancar. Proses komunikasi ini hanya dapat berlangsung di kategori *Voice Channel* saja. Fitur ini akan aktif apabila anggota bergabung ke dalam *Voice Channel* maka dengan otomatis komunikasi berlangsung secara *real time* dengan suara yang dihasilkan dan ditangkap oleh *microphone*. Saat melakukan panggilan, akan muncul tombol kolom pilihan fitur yang dapat digunakan, diantaranya seperti tombol aktifkan kamera, tombol bagikan layar, dan tombol *disconnect* untuk keluar dari panggilan. Berikut adalah tampilan kolom *Voice/Video Call* pada Discord Server CoppaMagz.



Gambar 4.27 Tampilan *Voice/Video Call*

Sumber: Olahan Penulis

Discord Server CoppaMagz membuktikan bahwa *fandom* K-pop dapat memanfaatkan teknologi, salah satunya media sosial Discord sebagai media untuk mencari informasi dan melakukan aktivitas *fanboying/fangirling* terhadap idola favorit mereka. Hal tersebut

dilakukan untuk memperluas jangkauan informasi yang ingin dicari.

Komunikasi virtual yang dilakukan *fandom* K-pop di Discord Server CoppaMagz pastinya memiliki kelebihan dan kekurangan. Kelebihannya adalah komunikasi virtual yang dilakukan tidak terbatas oleh ruang dan waktu. Dari segi konten, lebih variatif karena dapat berupa tulisan, gambar, audio, bahkan video, dan lebih hemat biaya dan energi karena hanya membutuhkan jaringan internet. Kekurangannya adalah tidak semua *fandom* K-pop bisa mengakses internet dan media sosial terutama Discord Server CoppaMagz, dan cukup sulit mengetahui apakah terjadi perubahan perilaku secara langsung setelah melakukan interaksi virtual tersebut.

Media sosial seperti Discord yang digunakan oleh *fandom* K-pop untuk mencari informasi melalui Discord Server CoppaMagz adalah sebuah produk dari perpaduan antara kultur atau budaya dengan teknologi yang sekaligus merepresentasi pola baru berbudaya dalam masyarakat modern dengan teknologi. Dalam hal ini, penulis melihat fenomena kultur yang dilakukan oleh *fandom* K-pop dalam Discord Server CoppaMagz yang menghadirkan

kemudahan bagi fans K-pop yang mencari informasi seputar K-pop melalui teknologi internet di media sosial Discord.

Fenomena atau budaya siber yang muncul diantaranya adalah Discord Server CoppaMagz yang berisikan berbagai macam *fandom* karena server ini lebih seperti ruang diskusi, bukan seperti *fanbase* yang hanya berisikan satu *fandom* saja. Adanya kegiatan rutin seperti *RRI*, *CoppaChart*, dan *Listening Party* juga termasuk sebagai fenomena atau budaya siber yang muncul di server ini. Penggunaan kosakata bahasa Korea seperti *omo* yang digunakan untuk mengekspresikan terkejut, *jinjja* yang berarti sungguh, dan *daebak* yang digunakan untuk mengekspresikan rasa takjub kerap ditemukan di Discord Server CoppaMagz.

Adanya istilah-istilah saat melakukan aktivitas *fanboying/fangirling* juga menjadi salah satu fenomena atau budaya siber yang muncul. Istilah tersebut diantaranya yaitu *bias* yang berarti idola favorit. Tidak semua anggota memasang *username* dan foto profil asli sebagai identitas mereka. Foto profil yang menggunakan foto *bias* menandakan idola favorit dari penggemar itu, namun tidak semua anggota menggunakan foto *bias* sebagai foto profilnya. Istilah

comeback menandakan kembalinya idola favorit penggemar dengan merilis sebuah lagu ataupun album.

SIMPULAN

Berdasarkan uraian hasil penelitian yang telah penulis analisis, maka penelitian ini dapat diambil kesimpulannya sebagai berikut:

Proses komunikasi virtual yang terjadi di Discord Server CoppaMagz terjadi secara dua arah tanpa dibatasi ruang dan waktu. Proses ini memunculkan fenomena-fenomena atau budaya siber yang menjadi sebuah produk dari perpaduan antara budaya dengan teknologi. Produk tersebut menjadi artefak yang kemudian menjadi arsip yang menggambarkan etnografi virtual dari Discord Server CoppaMagz. Proses komunikasi virtual di Discord Server CoppaMagz mengalami dua masalah. Pertama, masalah ketegangan karena adanya perbedaan pendapat dengan perspektif dan ego masing-masing anggota. Kedua, masalah reintegrasi karena adanya ketidakcocokan frekuensi masing-masing anggota.

Model komunikasi virtual fandom K-pop yang terjadi di Discord Server CoppaMagz menandakan bahwa adanya siklus yang menetap namun dapat

bertambah dengan setiap topik yang dibicarakan. Siklus itu terjadi di kolom Channel yang ada di Discord Server CoppaMagz.

Pembicaraan topik dilakukan dengan menggunakan bantuan alat-alat maupun fitur yang menghasilkan bentuk komunikasi virtual yang beragam. Komunikasi virtual yang terjadi terdiri atas empat model. Pertama, tindakan positif dengan cara memperlihatkan solidaritas, membuat lelucon, dan memperlihatkan persetujuan. Kedua, upaya jawaban dengan cara memberi saran, memberi pendapat, dan memberi informasi. Ketiga, pertanyaan dengan cara meminta informasi, meminta pendapat, dan meminta saran. Keempat, tindakan negatif dengan cara memperlihatkan ketidaksetujuan, adanya ketegangan, dan perbedaan pendapat.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Z. (2012). *Penelitian Pendidikan - Metode dan Paradigma Baru*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- CoppaMagz. (2020). *Coppamagz*. Retrieved from About CoppaMagz: <https://coppamagz.com/tim-redaksi/>
- Creswell, J. W. (2012). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Jakarta: Pustaka Pelajar.
- Discord. Inc. (2015, Mei 13). Retrieved from <https://discord.com/company>
- Fauziah, R. (2015). Fandom K-Pop Idol dan Media Sosial (Studi Deskriptif Kualitatif tentang Penggunaan Media Sosial Twitter pada Hottest Indonesia sebagai Followers

- Fanbase @taeckhunID, @2PMindohottest dan Idol Account @Khunnie0624). *Skripsi Universitas Sebelas Maret*.
- Gooch, B. (2001). *The Communication of Fan Culture: The Impact of New Media on Science Fiction and Fantasy Fandom. Georgia Institute of Technology Thesis*, 3.
- Haidir, A. (2022, Februari 12). *Celebrities.id*. Retrieved from 5 Grup Kpop dengan Fans Terbanyak di Indonesia, Sering Bikin Trending Twitter!: <https://www.celebrities.id/read/grup-kpop-dengan-fans-terbanyak-di-indonesia-0eM4O4?page=2>
- Hine, C. (2001). *Virtual Ethnography*. London: Sage Publication Ltd.
- Holmes, D. (2012). *Teori Komunikasi: Media, Teknologi dan Masyarakat*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Jenkins, H. (2001). *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media*. USA: Routledge.
- Jenkins, H. (2007). *Gender and Fan Culture (Round Fifteen, Part Two: Bob Rehak and Suzanne Scott)*. USA: Routledge.
- Junep, A. R. (2017). Analisis Komunikasi Virtual Pada Kelompok Gamers DOTA 2. *Skripsi Universitas Garut*.
- Kuswarno, E. (2008). *Etnografi Komunikasi Pengantar dan Contoh Penelitiannya*. Bandung: Widya Padjadjaran.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2019). *Teori Komunikasi (9 ed.)*. (M. Y. Hamdan, Trans.). Jakarta: Salemba Humanika.
- Martha, E., & Kresno, S. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Mayfield, A., & Stelzner, M. A. (2012). *What is Social Media Includes Annual Marketing Report*. iCrossing.
- Miles, M. B., & Huberman, M. (1992). *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: Universitas Indonesia Press.
- Moleong, L. J. (2009). *Metodologi Penelitian Pendidikan Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Morissan. (2014). *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa, Cetakan ke-2*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Muhammad, R. (2017). Analisis Pemanfaatan virtual Community Sebagai Media Komunikasi Kelompok Melalui Sosial Media. *Skripsi Universitas Diponegoro*.
- Mulyana, D. (2007). *Metodologi Penulisan Kualitatif. Paradigma Baru Penulisan Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Murdiyanto, E. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif (Teori dan Aplikasi Disertai Contoh Proposal)*. Yogyakarta: Yogyakarta Press.
- Nasrullah, R. (2014). *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial; perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nasrullah, R. (2017). *Enografi Virtual: Riset Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi di Internet*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Nugrahani, F. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Penelitian*. Surakarta: Cakra Books.
- Prayugo, D. W. (2018). Pengaruh Komunitas Virtual Terhadap Minat Beli Online Pada Grup Facebook Bubuhan Samarinda. *eJournal Ilmu Komunikasi* 6 (1), 143-157.
- Puntoadi, D. (2011). *Menciptakan Penjualan melalui Sosial Media*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Rachmaniar, Prihandini, P., & Anisa, R. (2021). Studi Etnografi Virtual tentang Budaya Mahasiswa dalam Perkuliahan. *Media Komunikasi FPIPS Volume 20*, 81-92.
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian pendidikan : Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tahir, M. (2011). *Pengantar Metodologi Penelitian Pendidikan*. Makassar: Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Triyantama, A. R. (2019). Model Komunikasi Virtual Pemain Game PUBG MOBILE menggunakan Studi Etnografi Virtual Pada Kelompok Game PUBG MOBILE RPX E-Sport. *Skripsi Universitas Islam Riau*.
- Wibowo, C. A. (2021). Analisis Komunikasi Kelompok Dalam Komunitas Virtual di Sosial Media Discord (Studi Netnografi Pada Komunitas Virtual "FGO" Indonesia). *Skripsi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta*.
- Yulius, H. (2013). *All About K-pop*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.