

## Fitur *Mention Confess* pada Kalangan Fans NCT

Elvira Sabila Habibullah\*, Indri Rachmawati

Prodi Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

\*elvirasshi@gmail.com, indri.rachmawati@unisba.ac.id

**Abstract.** Twitter is a popular social media among K-Pop fans. In the period July 2020-June 2021 there were 7.5 billion tweets about K-Pop. The interest in K-Pop music makes fans want the latest information about their idols. Therefore, they form a fanbase (fandom base) which is used to obtain information and interact. Fandom bases generally use admins to share the latest information, but in this study information was uploaded automatically using the mention confess feature which allows fans to become communicators and communicants. The purpose of this study is to determine the use of the mention confess feature carried out by followers on @nctzenbase accounts. The theory used is Computer Mediated Communication. This research paradigm uses constructivism with a quality method and a case study approach. The subjects of this study are owners, admins and followers of @nctzenbase accounts. Data collection techniques use interviews, observations, and documentation. The data analysis technique uses data analysis according to John W. Creswell. Test the validity of the data using source triangulation and engineering triangulation. The results showed that the use of the mention confess bot feature was put to good use by followers to share information and interact. This is shown by finding 12 categories of messages including Voting, Streaming and Comeback, Schedule, Update and Hype, Content and Projects, Reminders, Sharing, Trading, Buying and Selling, games, entertainment, and making friends.

**Keywords:** *Mention confess, messages, @nctzenbase.*

**Abstrak.** Twitter merupakan media sosial yang populer di kalangan penggemar musik K-Pop. Pada periode Juli 2020-Juni 2021 terdapat 7,5 milyar tweet tentang K-Pop. Adanya ketertarikan terhadap musik K-Pop membuat penggemar menginginkan informasi terbaru mengenai idola mereka. Maka dari itu mereka membentuk fanbase (fandom base) yang dimanfaatkan untuk memperoleh informasi dan berinteraksi. Fandom base umumnya menggunakan admin untuk berbagi informasi terbaru, namun pada penelitian ini informasi diunggah secara otomatis menggunakan fitur mention confess yang memungkinkan penggemar menjadi komunikator dan komunikan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pemanfaatan fitur mention confess yang dilakukan oleh followers pada akun @nctzenbase. Teori yang digunakan adalah Computer Mediated Communication. Paradigma penelitian ini menggunakan konstruktivisme dengan metode kualitatif dan pendekatan studi kasus. Subjek penelitian ini adalah owner, admin dan followers akun @nctzenbase. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Adapun teknik analisis data menggunakan analisis data menurut John W. Creswell. Uji keabsahan data menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Hasil penelitian menunjukkan penggunaan fitur bot mention confess dimanfaatkan dengan baik oleh followers untuk berbagi informasi dan berinteraksi. Hal ini ditunjukkan dengan ditemukan 12 kategori pesan diantaranya Voting, Streaming dan Comeback, Schedule, Update dan Hype, Konten dan Project, Reminder, Sharing Trading, Jual Beli, games, hiburan, dan mencari teman.

**Kata Kunci:** *Mention confess, pesan, @nctzenbase.*

## A. Pendahuluan

Sekumpulan penggemar akan membentuk kelompok penggemar yang disebut *fanbase* atau *fandom base*. *Fandom base* dimanfaatkan oleh penggemar untuk mendapatkan informasi mengenai idola yang mereka gemari serta menjadi wadah untuk berkomunikasi dengan orang lain yang memiliki ketertarikan yang sama (1). Akun @nctzenbase merupakan bentuk *automatic fanbase* sebagai wadah bagi para penggemar grup NCT untuk berinteraksi dengan cara komunikasi bermediakan komputer (*computer mediated communication*) melalui model *many to many* yakni para penggemar dapat menjadi pengirim ataupun penerima pesan.

Menurut Herring, *Computer Mediated Communication* (CMC) secara sederhana dapat diartikan sebagai komunikasi yang terjadi antara orang menggunakan media komputer. CMC terdapat pada batasan model komunikasi interpersonal atau *one to one*, komunikasi massa *one to many*, komputerisasi *many to one*, dan *many to many*. Model *many to many* yaitu setiap orang bisa menjadi sender atau audiens sehingga setiap orang dapat mengirim dan menerima pesan (2).

Menurut Nasrullah, media sosial merupakan sebuah medium internet yang dimanfaatkan untuk mempresentasikan diri, melakukan interaksi dengan orang lain, saling berbagi informasi dan aktivitas keseharian, melakukan diskusi, serta membangun ikatan sosial secara virtual (3).

Media sosial Twitter tidak membatasi penggunaannya, para pengguna dapat dengan bebas untuk melihat dan dilihat oleh orang lain. Sulianta menyebutkan bahwa pengguna Twitter umumnya mengakses Twitter dengan tujuan berkomunikasi satu sama lain, mencari informasi dan melihat tren, menyebarkan informasi, serta memperluas pertemanan (4). Twitter merupakan media sosial yang populer di kalangan penggemar K-Pop, hal ini dikarenakan Twitter memiliki banyak fitur yang memiliki fungsi mumpuni bagi kalangan penggemar dalam berbagi informasi dan membicarakan seputar idolnya (5).

Adanya fenomena akun *automatic fandom base* dengan menggunakan teori CMC dengan model komunikasi *many to many* dimanfaatkan oleh penggemar untuk dapat menjadi komunikator maupun komunikan secara bersamaan melalui akun @nctzenbase. Hingga tanggal 10 Agustus 2022, akun @nctzenbase telah memiliki 620 ribu *followers* (6) yang menunjukkan bahwa banyak penggemar yang membutuhkan tempat bagi mereka untuk dapat berinteraksi dan berbagi informasi.

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: “Bagaimana pemanfaatan fitur *mention confess* oleh penggemar NCT pada akun @nctzenbase?” dengan tujuan untuk mengetahui pemanfaatan fitur *mention confess* oleh penggemar NCT pada akun @nctzenbase.

## B. Metodologi Penelitian

Peneliti menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Subjek yang dipilih pada penelitian ini adalah owner, admin, dan followers akun @nctzenbase.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, dokumentasi, dan observasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis studi kasus menurut John W. Creswell. Adapun uji keabsahan data menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik.

## C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berikut adalah penelitian mengenai pemanfaatan fitur *mention confess* oleh penggemar pada akun @nctzenbase dengan mengelompokkannya pada beberapa kategori pesan, sebagai berikut.



**Gambar 1.** Pemanfaatan akun @nctzenbase

Dari bagan di atas, dapat diketahui bahwa akun @nctzenbase digunakan dengan baik oleh penggemar untuk berbagi informasi dan berinteraksi dengan berbagai bentuk kategori pesan yang dikirim. Kategori tersebut peneliti peroleh dari hasil wawancara dan observasi. Seperti yang dikatakan oleh owner, di bawah ini:

“Untuk pesan atau menfess yang dikirim dari sender sebenarnya beragam ya, tapi kalau untuk informasinya sendiri biasanya tuh seputar voting, streaming, terus kadang share-share info terkait bias masing-masing, atau ngehype perihal kegiatan biasanya, ngehype update-an bias, gitu-gitu sih kak.”

Peneliti juga menemukan pernyataan dari followers pertama mengenai menfess yang dilihat berupa informasi berjualan, hype untuk streaming dan vote, update member, informasi project, juga himbauan. Followers kedua juga menyatakan ia mengirim pesan mengenai schedule member, himbauan atau reminder tentang scam, pesan berjualan, dan menfess hype member. Sementara followers ketiga mengungkapkan bahwa pesan yang dikirim berupa meme, game who’s in nct, hype konten, dan reminder.

Hasil wawancara dari owner, admin, dan followers sejalan dengan pendapat Sulianta yang menyebutkan bahwa pengguna Twitter umumnya mengakses Twitter dengan tujuan berkomunikasi satu sama lain, mencari informasi dan melihat tren, menyebarkan informasi, serta memperluas pertemanan. Pada penelitian ini followers menggunakan akun @nctzenbase untuk mencari dan menyebarkan informasi mengenai grup NCT, serta berkomunikasi dengan melakukan interaksi terhadap pesan-pesan yang dikirim oleh followers lain.

Twitter juga menjadi media sosial yang tepat untuk digunakan oleh penggemar K-Pop sejalan dengan jurnal yang ditulis oleh Nugraha dan Indri dikarenakan Twitter memiliki fitur yang mendukung para penggemar untuk dapat berbagi informasi dan membicarakan idolanya, salah satu fiturnya adalah adanya fitur bot mention confess.

Peneliti menyertakan beberapa contoh kategori pesan yang dikirim oleh followers pada akun @nctzenbase, sebagai berikut:



**Gambar 2.** *Menfess* konten

Pada gambar di atas terdapat contoh *menfess* yang memberikan informasi mengenai konten yang telah diupload pada *platform* Youtube, konten tersebut yakni berupa *dance practice* yang dilakukan unit NCT Dream dengan menggunakan seragam.



**Gambar 3.** *Menfess* update dan hype

Kemudian terdapat *menfess* berupa *update* dan *hype* mengenai salah satu member NCT bernama Jaehyun yang sedang menghadiri *event* yang diselenggarakan oleh Brand Prada pada Juni 2022 lalu.



**Gambar 4.** *Menfess* voting

Selanjutnya terdapat contoh *menfess* berupa ajakan untuk melakukan *voting* sebagai bentuk dukungan penggemar terhadap NCT dengan memberikan *voting* untuk unit NCT Dream pada sebuah aplikasi bernama Mubeat.



**Gambar 5.** Menfess jual beli

Terdapat pula contoh *menfess* mengenai jual beli yang dilakukan oleh *followers* untuk mempromosikan produknya yang berupa *fabric poster*.

Menurut contoh *menfess* yang dikirim oleh *followers* memperlihatkan fungsi akun @nctzenbase sebagai *fanbase* sejalan dengan jurnal yang ditulis oleh Yuniasti dan Frida yaitu *fanbase* dimanfaatkan oleh penggemar untuk mendapatkan informasi mengenai idola yang mereka gemari serta menjadi wadah untuk berkomunikasi dengan orang lain yang memiliki ketertarikan yang sama. Dalam penelitian ini, akun @nctzenbase adalah *fanbase* yang menggunakan fitur bot *menfess* guna mengirim pesan yang digunakan oleh penggemar untuk mengirim dan memperoleh informasi mengenai idola mereka serta menjadi tempat untuk saling berkomunikasi antar penggemar.

Berdasarkan temuan kategori-kategori pesan pada akun @nctzenbase dan beberapa contoh *menfess* di atas, menunjukkan bahwa penggemar menggunakan fitur *menfess* dengan baik untuk membagikan informasi dan melakukan interaksi antar sesama penggemar. Pemanfaatan fitur *mention confess* yang dilakukan oleh *followers* sejalan dengan pernyataan bahwa penggemar membutuhkan *fandom base* untuk dimanfaatkan oleh penggemar agar mendapatkan informasi mengenai idola yang mereka gemari serta menjadi wadah untuk berkomunikasi dengan orang lain yang memiliki ketertarikan yang sama.

#### **D. Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, penilita menyimpulkan bahwa pemanfaatan fitur *mention confess* oleh penggemar pada akun @nctzenbase dimanfaatkan dengan baik untuk mencari dan menyebarkan informasi-informasi, serta berinteraksi sesama penggemar. Hal ini ditunjukkan dengan ditemukannya 12 bentuk kategori pesan yang meliputi (1) *voting*, (2) *streaming* dan *comeback*, (3) *update* dan *hype*, (4) *schedule*, (5) konten dan *project*, (6) *reminder*, (7) *sharing*, (8) *trading*, (9) jual beli, (10) *games*, (11) hiburan, dan (12) mencari teman.

#### **Acknowledge**

Peneliti berterimakasih kepada Allah SWT, atas karunianya peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini. Terima kasih kepada kedua orang tua peneliti yang selalu mendukung peneliti. Terima kasih juga kepada Ibu Indri selaku dosen pembimbing yang telah membantu saya selama proses penelitian, teman-teman yang menemani saya selama proses penelitian, juga kepada grup NCT yang memberikan inspirasi dan hiburan selama proses penelitian, serta saya ucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang terlibat yang namanya tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

#### **Daftar Pustaka**

- [1] Yuniasti, Karmila Rahma dan Frida Kusumastuti. 2021. "Pemanfaatan Akun Twitter @ARMYTEAMIID Sebagai Media Komunikasi Di Kalangan Fans BTS (ARMY),"

- dalam Jurnal Penelitian Pers dan Komunikasi Pembangunan. Vol. 25, No. 2, Tahun 2021 (hlm. 198-216).
- [2] Budiargo, Dian. 2015. *Berkomunikasi Ala Net Generation*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
  - [3] Nasrullah, Rulli. 2017. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Remaja Rosdakarya
  - [4] Sulianta, Feri. 2015. *Keajaiban Sosial Media*. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo
  - [5] Nugraha, Destyani Elisa dan Indri Rachmawati. 2019. “Personal Branding Fan Account Pada Media Sosial Twitter,” dalam *Jurnal Prosiding Manajemen Komunikasi*. Volume 5, Nomor 2, Tahun 2019 (hlm. 745-751).
  - [6] Akun @nctzenbase. <https://www.twitter.com/nctzenbase>. Tanggal akses 10 Agustus 2022, pk 15.35 WIB
  - [7] Shafira, Gina Nurimani. (2022). *Strategi Promosi di Media Sosial dalam Menarik Minat Beli Produk Pakaian*. *Jurnal Manajemen Komunikasi* 2(1). 59-62.