

Sentimen Fans K-Pop terhadap Kohesivitas Kelompok

Shifwa Naifa Nurfadhilah*, Indri Rachmawati

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

*shifwanaifa@gmail.com, indri.rachmawati@unisba.ac.id

Abstract. K-Pop as a music genre currently a trend is favored by young generation in various countries including Indonesia. The phenomenon of K-Pop fans who have solidarity forms various groups based on the idol of the K-Pop group they like. Seventeen is one of the popular K-Pop boy groups and has fans called Carat. The importance of a cohesive group will make its members close to each other and create cohesiveness so that the group will survive. The strong cohesiveness character seen in this community by routinely holding activities and also intense communication in group chats makes this K-Pop fan community look solid even though it is a new community. The purpose of this study is to determine the effect of the unity of feelings (sentiment) of members on group cohesiveness in the Caratdeul Bandung Community. The theory used is the theory of activity interaction sentiment by Homans. This research uses quantitative methods with simple linear regression analysis. Data collection techniques by distributing questionnaires. The sample of this study is Caratdeul Bandung members in WhatsApp chat group. The results of this study indicate that unity of member feelings (sentiment) affect on cohesiveness in Caratdeul Bandung Community. Each member joins based on their love for Seventeen which makes them want to fangirl-ing with other fans. This sentiment aspect is also the basis for each member in starting interactions and participating in various activities that can be a space for fun with other members.

Keywords: *Group Communication, Group Cohesiveness, K-Pop Fans.*

Abstrak. K-Pop sebagai genre musik saat ini sudah menjadi tren, banyak disukai oleh kalangan muda di berbagai negara termasuk Indonesia. Fenomena penggemar K-Pop yang memiliki solidaritas membentuk beragam kelompok berdasarkan idola grup K-Pop yang disukai. Seventeen adalah salah satu boygroup K-Pop populer dan mempunyai penggemar yang disebut Carat. Pentingnya kelompok yang kohesif akan membuat anggotanya dekat satu sama lain dan menciptakan kekompakan sehingga kelompok akan bertahan. Karakter kohesivitas yang kuat terlihat pada komunitas ini dengan rutin mengadakan kegiatan dan juga intensnya komunikasi di grup chat membuat komunitas penggemar K-Pop ini terlihat kompak padahal termasuk komunitas baru. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh kesatuan perasaan (sentimen) anggota terhadap kohesivitas kelompok pada Komunitas Caratdeul Bandung. Teori yang dipakai ialah teori activity interaction sentiment oleh Homans. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis regresi linear sederhana. Teknik pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner. Sampel dari penelitian ini yaitu anggota Caratdeul Bandung yang tergabung di grup chat WhatsApp. Hasil penelitian menunjukkan kesatuan perasaan anggota (sentimen) berpengaruh terhadap kohesivitas kelompok pada Komunitas Caratdeul Bandung. Setiap anggota bergabung dengan berlandaskan rasa suka akan grup Seventeen yang membuat mereka ingin fangirl-ing bersama fans lain. Aspek sentimen ini juga menjadi landasan setiap anggota dalam memulai interaksi dan mengikuti berbagai kegiatan yang bisa menjadi ruang untuk bersenang-senang dengan anggota yang lain.

Kata Kunci: *Komunikasi Kelompok, Kohesivitas Kelompok, Fans K-Pop*

A. Pendahuluan

Korean Wave (Hallyu) yang artinya gelombang Korea merupakan salah satu budaya populer yang telah tersebar ke berbagai negara di dunia. Hallyu ini mencakup budaya Korea Selatan dan segala yang berhubungan dengannya. Budaya Korea yang diminati masyarakat Indonesia adalah musik, drama Korea, film, fashion, produk kecantikan, hingga makanan. K-Pop adalah salah satu budaya Korea Selatan yang menjadi budaya populer di kalangan muda. Populernya K-Pop ini dibuktikan dengan hasil survei oleh GoodStats di tahun 2021. Indonesia merupakan negara yang memiliki fans K-Pop terbanyak dari total 20 negara. K-Pop (*Korean Pop*) merupakan salah satu genre musik populer asal Korea Selatan (Andina, 2019). Musik K-Pop yang dibawakan oleh *boy group* dan *girl group* ini mampu meraih atensi global secara aktif.

Seventeen adalah salah satu grup K-Pop yang masih aktif sejak debut pertamanya di tahun 2015. Penggemar Seventeen disebut dengan Carat. Caratdeul Bandung adalah salah satu komunitas penggemar grup K-Pop *boygroup* Seventeen yang berdomisili di Kota Bandung dan sekitarnya. Komunitas Caratdeul Bandung ini baru terbentuk pada bulan Agustus 2022 namun dari komunitas yang tergolong baru, telah menyelenggarakan banyak kegiatan yang bisa meningkatkan kohesivitas anggotanya. Aktivitas seperti merayakan ulang tahun member grup K-Pop, pertemuan anggota komunitas, dan menonton tayangan konser bersama juga ada pada komunitas penggemar K-Pop lain. Akan tetapi khususnya pada komunitas Caratdeul Bandung ini, peneliti menemukan ada kekompakan yang lebih menonjol dan berbagai aktivitas kelompok yang berbeda dengan komunitas K-Pop lain di Kota Bandung.

Komunikasi dalam kelompok mencakup berbagai upaya dalam menjadikan anggotanya saling dekat dan mengenal. Menurut Mulyana (dalam Tutiasri, 2016) komunikasi kelompok adalah sekumpulan orang yang menjalin hubungan antar individu agar dapat memperoleh tujuan bersama, mengetahui, dan melihat individu sebagai salah satu kelompok tersebut. Pada dasarnya anggota kelompok yang punya kedekatan akan meningkatkan kohesivitas kelompok itu sendiri. Anggota akan tetap ingin berada dalam kelompok sehingga suatu kelompok itupun akan bertahan.

Dari hal tersebut peneliti ingin mengetahui apa yang membuat kohesivitas anggota Caratdeul Bandung ini tinggi walaupun tergolong komunitas baru. Karena biasanya anggota-anggota pada komunitas yang baru dibentuk masih merasa canggung satu sama lain. Oleh karena itu, hal ini menimbulkan asumsi bahwa terdapat pengaruh dari komunikasi kelompok yaitu kesatuan perasaan (sentimen) anggota Caratdeul Bandung yang menjadi kekuatan terhadap kohesivitas kelompok yang tinggi.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, peneliti tertarik untuk meneliti masalah dari fenomena yang terjadi, yaitu: Seberapa besar pengaruh kesatuan perasaan (sentimen) anggota terhadap kohesivitas kelompok penggemar K-Pop pada Komunitas Caratdeul Bandung?

B. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode regresi linear sederhana untuk mencari pengaruh komunikasi kelompok terhadap kohesivitas kelompok penggemar K-Pop pada komunitas Caratdeul Bandung. Populasi penelitian ini adalah anggota komunitas Caratdeul Bandung sebanyak 317 orang yang tergabung di grup chat WhatsApp. Teknik pengambilan sampel menggunakan simple random sampling dan diperoleh sebanyak 76 orang responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebar dalam bentuk google form, observasi, wawancara, observasi, dan studi pustaka. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan teknik analisis inferensial regresi linear sederhana.

Menurut Mulyana, komunikasi kelompok adalah kumpulan individu yang sama-sama memiliki tujuan, berhubungan dengan individu lainnya dalam mencapai sesuatu, saling mengetahui, dan melihat mereka sebagai salah satu dari kelompok (Surya, 2016). Manusia melakukan interaksi antar individu atau kelompok agar dapat diterima di lingkungan sekitarnya. Komunikasi dalam kelompok mencakup berbagai upaya dalam menjadikan anggotanya saling dekat dan mengenal.

Interaksi komunikasi pada kelompok terbagi dalam teori Activity Interaction Sentiment

yang dikemukakan oleh Homans (dalam Zulkarnain, 2013), yaitu: (1) Kegiatan (activity), dalam meningkatkan dan mempertahankan kohesivitas kelompok maka kegiatan kelompok menjadi salah satu cara untuk mewujudkannya. (2) Interaksi (interaction), sebuah kelompok terdiri dari orang-orang yang mempunyai satu tujuan yang sama namun terdiri dari latar belakang berbeda mampu mempengaruhi interaksi sesama anggota kelompok. (3) Perasaan (sentiment), semakin tinggi intensitas interaksi anggota dapat menimbulkan kesatuan perasaan.

Kohesivitas kelompok dapat dicapai melalui proses kedekatan anggota. Kohesivitas kelompok adalah bagaimana anggota kelompok merasa saling tertarik dan mempunyai motivasi untuk tetap berada dalam kelompok (Robbins dalam Khairunnisa, 2020). Menurut Forsyth, kohesivitas kelompok adalah suatu ikatan yang dapat menyambungkan antar anggota kelompok dan anggota dengan kelompok secara keseluruhan (Susetyo, 2021). Kohesivitas menjadi hal yang penting karena menjadi sesuatu yang membuat para anggota kelompok dapat bersatu dan sebagai upaya dalam mempertahankan kelompok.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pengaruh Kesatuan Perasaan (Sentimen) Anggota terhadap Kohesivitas Komunitas Caratdeul Bandung (Y)

Dari tabel di atas, dapat diketahui pengujian dengan statistik didapat nilai t_{hitung} (8,296) $>$ t_{tabel} (1,995). Oleh karena itu H_0 ditolak yang berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan kesatuan perasaan (sentimen) anggota terhadap kohesivitas kelompok Komunitas Caratdeul Bandung. Artinya semakin tinggi kesatuan perasaan anggota Caratdeul Bandung, semakin tinggi pula kohesivitas kelompoknya. Nilai koefisien determinasi diperoleh sebesar 48,2%. Oleh karena itu, kesatuan perasaan anggota Caratdeul Bandung memberi kontribusi sebesar 48,2% terhadap kohesivitas kelompok.

Sentimen atau perasaan lebih ini menjadi salah satu landasan utama bagi seseorang untuk berperilaku. Pada penggemar K-pop yang mempunyai ketertarikan yang sama akan grup k-pop cenderung punya alasan dasar yang sama yaitu sebagai hiburan, wadah bersenang-senang, mendapat teman baru, dan tentunya mendukung idola kesukaannya.

Tabel 1. Pengaruh Kesatuan Perasaan Anggota (Sentimen) terhadap Kohesivitas Kelompok

Variabel	t_{hitung}	T_{tabel}	Keputusan	Derajat Keeratan	Koefisien Determinasi
X3 dan Y	8,296	1,995	H_0 ditolak	Kuat	48,2 %

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023.

Hasil penelitian tersebut mendukung penelitian oleh Fachrezi dan Triwardhani (2022) yang menyatakan bahwa nurani setiap anggota kelompok menjadi faktor internal yang dapat membentuk kohesivitas pada Komunitas Cinta Wisata. Keanggotaan komunitas Caratdeul Bandung ini terbuka dan siapapun boleh bergabung. Hal tersebut menunjukkan bahwa anggota memang tertarik untuk bergabung dari dalam dirinya tanpa paksaan apapun.

Menurut Jenkins, penggemar adalah individu yang sedang mencari makna dari suatu produk budaya berupa tindakan bebas yang melibatkan intelektual dan emosinya (Gumelar, Almaida, dan Laksmiwati, 2021). Anggota komunitas Caratdeul Bandung senang bisa bergabung dalam komunitas ini dikarenakan oleh bisa menambah teman yang punya kesenangan yang sama serta bisa mengikuti *event* Seventeen dengan jarak yang dekat karena berada di domisili yang sama. Ketika seseorang telah merasa senang dan nyaman di suatu lingkungan maka anggota jadi mudah beradaptasi dan tidak mau meninggalkan kelompok tersebut. Bisa melakukan *fangirl-ing* bersama juga menjadi kesenangan tersendiri bagi para

fans. Selaras dengan penelitian menurut Adinda dkk (2018), K-Pop memberi dampak positif seperti menumbuhkan kecintaan dan semangat hidup kepada seseorang. Idol K-Pop juga menjadi inspirasi bagi penggemar.

Dari hasil wawancara dengan beberapa responden, adanya komunitas Caratdeul Bandung ini menjadi wadah mereka mendapat teman baru sambil mengikuti aktivitas seru yang sesuai dengan kegemaran mereka. Sejalan dengan penelitian oleh Habibullah dan Rachmawati (2023) bahwa penggemar NCT membutuhkan fandom base yaitu fitur mention confess di Twitter untuk memperoleh informasi dan berkomunikasi dengan orang lain yang mempunyai ketertarikan yang sama.

Setiap anggota yang baru bergabung mengisi format perkenalan terlebih dahulu yang berisi nama, tanggal lahir, dan domisilinya. Lalu admin mempunyai fitur untuk men-tag semua member di grup sehingga bisa saling berkenalan. Dengan sistem seperti itu, tak jarang anggota yang menemukan teman baru karena daerah rumah yang berdekatan atau berada di sekolah/kampus yang sama. Selain itu, setiap anggota seringkali berinteraksi mengomentari semua hal tentang member Seventeen, bertanya, hingga melakukan jual beli merchandise namun tetap pada cakupan idol grup Seventeen.

Aspek kesatuan perasaan ini penting sebagai landasan dalam bergabungnya anggota dalam komunitas. Dilandasi keinginan untuk saling dekat dengan penggemar Seventeen lain di domisili yang sama akan menumbuhkan kesadaran anggota dengan pentingnya bersatu. Tujuan anggota bergabung juga ingin bersenang-senang bersama fans lain dan memperoleh informasi mengenai kegiatan yang berhubungan dengan Seventeen dengan mudah.

Adanya fandom K-Pop membawa berbagai dampak antara lain untuk meningkatkan kedekatan anggota yang terlihat dari antusiasnya dalam berinteraksi dan mengikuti segala hal yang berhubungan dengan idolanya. Selain itu bisa mendapat teman baru, melakukan pertemuan kelompok, membuat project hingga menggalang donasi. Hampir setiap hari, grup chat WhatsApp Caratdeul Bandung sebagai wadah untuk saling berkomunikasi sangat aktif. Dari hal tersebut para anggota mudah akrab dan antusias jika ingin mengikuti kegiatan kelompok seperti event walaupun belum saling mengenal. Rasa nyaman dalam berkomunikasi juga dirasakan para anggota. Rasa segan karena perbedaan umur cenderung rendah karena semua anggota menyukai Seventeen sehingga mudah dalam memulai topik pembicaraan. Tidak dipungkiri, antusiasme para penggemar K-Pop kebanyakan adalah perempuan yang berada pada rentang usia dewasa awal. Pada rentang tersebut, seseorang akan cenderung memiliki ketertarikan kuat pada selebriti (Gumelar, Almaida, dan Laksmiwati, 2021).

Anggota komunitas Caratdeul Bandung selain bisa bertemu dengan sesama fans Seventeen di wilayah yang sama, juga mendapat kemudahan dalam memperoleh info terkait kegiatan komunitas sehingga bisa saling mengajak teman yang lain. Euforia dalam melakukan fangirl-ing Seventeen juga lebih terasa karena bisa saling berkomunikasi bersama di grup WhatsApp maupun saat mengikuti kegiatan komunitas bersama-sama. Sejalan dengan penelitian oleh Habibullah dan Rachmawati (2023) bahwa penggemar NCT membutuhkan fandom base yaitu fitur mention confess di Twitter untuk menjangkau informasi dan berinteraksi dengan orang lain yang mempunyai ketertarikan yang sama.

Kesamaan perasaan (sentimen) masing masing individu ini tergabung dalam komunitas sehingga lingkungan komunitas menjadi terbuka akan anggota baru, leluasa dalam berkomunikasi apalagi tentang grup Seventeen, dan anggota merasa diterima menjadi bagian dari Komunitas Caratdeul Bandung. Kumpulan orang yang menggandrungi idola yang sama punya keterikatan tersendiri. Timbul rasa untuk saling mendukung dan menghargai sehingga loyalitas anggota Caratdeul Bandung dalam berada di komunitas akan lebih kuat. Dengan adanya kohesivitas kelompok ini juga dapat meminimalisir adanya konflik internal komunitas karena adanya kesadaran masing-masing dalam diri anggota bahwa menjadi penggemar adalah untuk hiburan dan tidak perlu dibawa terlalu serius. Kompaknya anggota Caratdeul Bandung tidak lepas dari pengaruh sikap idola mereka itu sendiri yaitu Seventeen. Seventeen yang memiliki citra kekeluargaan yang baik dari member sebanyak 13 orang yang telah bersama selama 8 tahun ini juga menunjukkan bahwa grup dengan anggota yang banyak mampu kompak, saling menyayangi, dan bertahan.

D. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan kesatuan perasaan (sentimen) anggota terhadap kohesivitas kelompok penggemar K-Pop pada Komunitas Caratdeul Bandung. Diperoleh nilai t hitung sebesar $8,296 > t$ tabel sebesar $1,995$ maka hipotesis diterima yaitu terdapat pengaruh kesatuan perasaan (sentimen) anggota terhadap kohesivitas kelompok penggemar K-Pop pada Komunitas Caratdeul Bandung. Hal ini berarti jika variabel kesatuan perasaan (sentimen) anggota baik maka kohesivitas kelompok akan meningkat pula maupun sebaliknya, jika variabel kesatuan perasaan (sentimen) anggota kurang baik maka kohesivitas kelompok akan menurun. Besarnya kontribusi pengaruh kesatuan perasaan (sentimen) anggota terhadap kohesivitas kelompok diperoleh dari nilai R Square sebesar $48,2\%$. Kesatuan perasaan dalam mendukung grup Seventeen sambil mengenal penggemar lain menjadikan anggota Caratdeul Bandung kompak dan tidak terjadi perpecahan di dalam komunitas. Tujuan anggota untuk masuk dalam komunitas ini juga untuk bersenang-senang dalam mendukung boygroup Seventeen.

Acknowledge

Peneliti bersyukur dan berterima kasih kepada Allah SWT, orang tua, keluarga serta teman dekat saya. Tak lupa dosen pembimbing saya, ibu Indri Rachmawati, S.Sos., M.I.Kom., yang selalu membimbing dan memberi pandangan baru dalam menyelesaikan penelitian ini. Kemudian untuk Komunitas Caratdeul Bandung dan para anggotanya sudah mengizinkan dan meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner saya.

Daftar Pustaka

- [1] Adinda, A. J., Louis, A. W., & Candra, X. (2018). PROSIDING SIMPOSIUM NASIONAL VI: Membongkar Rezim Fanatisme. Surabaya: Fakultas Filsafat Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
- [2] Andina, Anisa Nur. 2019. Hedonisme Berbalut Cinta Dalam K-Pop. *Syntax Idea*. Vol. 1, No.8, Hlm 39-49.
- [3] Fachrezi, Ifsani Ehsan dan Ike Junita Triwardhani. 2022. Komunikasi Kelompok pada Komunitas Cinta Wisata dalam Membentuk Kohesivitas Kelompok. *Bandung Conference Series: Communication Management*. Vol. 2, No. 1, Hal 313-318
- [4] GoodStats. Indonesia Jadi Negara dengan Fans K-pop Terbanyak di Dunia. Diakses 30 Desember 2022 pada Indonesia Jadi Negara dengan Fans K-Pop Terbanyak di Dunia - GoodStats
- [5] Gumelar, Sandy Agum, Risa Alamaida, dan Adinda Laksmiwati. 2021. Dinamika Psikologis Fangirl K-Pop. *Cognicia*. Vol. 9 No. 1, Hal. 17-24.
- [6] Habibullah, Elvira Sabila dan Indri Rachmawati. 2023. Fitur Mention Confess pada Kalangan Fans NCT. *Bandung Conference Series: Communication Management* Vol. 3, No. 1, Hal. 70-75
- [7] Khairunnisa, Adinda Putri. 2020. Hubungan Antara Interaksi Sosial dengan Kohesivitas Kelompok Pada Remaja Akhir Karang Taruna Kelurahan Gemah Semarang. Skripsi Fakultas Psikologi Universitas Semarang.
- [8] Susetyo, Daniel Purwoko Budi. 2021. Dinamika Kelompok – Pendekatan Psikologi Sosial. Semarang: Universitas Katolik Soegijapranata.
- [9] Surya, Tommy. 2016. Komunikasi Kelompok Komunitas Enlightened Ingress Surabaya dalam Program Fun Ingress. *Jurnal E-Komunikasi*. Vol. 4, No.1.
- [10] Tutiasri, Ririn Puspita. 2016. Komunikasi Dalam Komunikasi Kelompok. *Channel Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta*. Vol. 4, No. 1, Hal. 81-90.
- [11] Zulkarnain, Wildan. 2013. *Dinamika Kelompok: Latihan Kepemimpinan Pendidikan*. Jakarta: PT Bumi Aksara.