

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Fenomena *fandom K-Pop* saat ini sudah berkembang menjadi fenomena yang menarik perhatian secara global khususnya di Indonesia. Perhatian ini menyebabkan banyaknya interaksi antar sesama penggemar yang mulai terasa lebih mudah untuk dilakukan. Interaksi antara sesama anggota *fandom* berperan dalam pembentukan identitas sebuah kelompok (Yanti et al., 2024). Komunitas penggemar atau *fandom* ini menjadi semakin menarik perhatian karena komunitasnya yang beragam dan memiliki karakteristik masing-masing yang dipengaruhi oleh perkembangan budaya.

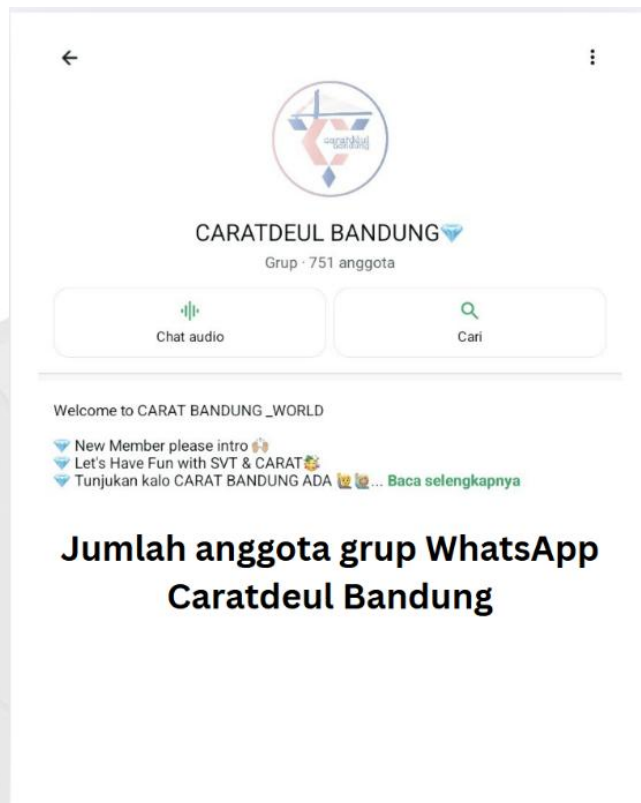
Sejarah perkembangan *fandom* terutama *K-Pop* berawal dari tahun 1990-an di mana beberapa grup populer mulai memiliki komunitas penggemar (Yoon, 2019). Komunitas penggemar tersebut memiliki atribut yang membedakan suatu komunitas dengan yang lain seperti warna *fandom* dan atribut seperti *lightstick* (Rahma & Fauzi, 2023). Istilah *fandom* sendiri berasal dari dua kata yaitu “*fan*” yang berarti penggemar dan “*dom*” atau komunitas. *Fandom K-Pop* adalah komunitas penggemar *Korean Pop*, biasa komunitas ini disebut dengan istilah *K-Popers* (Tertiano & Salehudin, 2023).

Seiring dengan perkembangan berbagai grup di Korea Selatan termasuk *boyband* dan *girlband*, maka komunitas penggemar atau *fandom*

semakin beragam. Popularitas budaya Korea Selatan menambah nama-nama *fandom* yang berkembang (Zaini, 2023). Grup Super Junior misalnya, memiliki *fandom* bernama Ever Lasting Friend (E.L.F). NCT dengan *fandom* NCTzen, BTS dengan *fandom* ARMY, dan masih banyak lagi. Tidak kalah oleh *boyband*, *girlband* juga memiliki nama *fandom* seperti Red Velvet dengan *fandom* ReVeluv, Blackpink dengan *fandom* Blink, dan *fandom* lain yang berkembang juga (Daftar 25 Nama Fandom Grup Musik KPop Beserta Artinya – BookMyShow Indonesia, 2020).

Salah satu *boyband* K-Pop yang memiliki komunitas penggemar yang kuat di Indonesia adalah Seventeen dengan *fandom* bernama Carat. Seventeen merupakan *boyband* yang sudah berkarir sejak tanggal 26 Mei 2015 dengan 13 orang anggota dan 3 unit yang tergabung dalam 1 grup. Popularitas Seventeen semakin meningkat dan komunitas penggemarnya berkembang menjadi semakin luas. Seventeen berhasil menarik perhatian penggemar baik di Korea Selatan maupun di berbagai negara (Fatimah, 2024).

Carat sebagai komunitas penggemar Seventeen dikenal sebagai komunitas yang cukup rukun (Ramadhanti et al., 2025). Carat juga aktif di berbagai kegiatan untuk mendukung Seventeen. Salah satu komunitas Carat yang berhasil bertahan sejak tahun 2022 adalah komunitas Caratdeul Bandung. Komunitas ini memiliki jumlah anggota yang cukup banyak yaitu sekitar 700 lebih anggota. Selain itu, komunitas ini berkembang di berbagai media sosial seperti WhatsApp, Instagram, dan X.



Gambar 1.1 Jumlah Anggota Grup WhatsApp Caratdeul Bandung

Berdasarkan pemantauan yang dilakukan oleh peneliti ke media sosial komunitas Caratdeul Bandung, komunitas ini cukup sering mengadakan acara. Acara yang dilaksanakan beragam, seperti menonton bersama, karaoke, dan acara-acara lain yang bersifat sebagai kegiatan kebersamaan. Acara yang diadakan tidak dihadiri oleh artis yang diidolakan yaitu Seventeen, namun penggemar tetap antusias mengikuti acara-acara ini. Bahkan, mayoritas acara yang diadakan dikenakan tarif tertentu untuk pembelian tiket.

Media sosial dari komunitas Caratdeul Bandung ini aktif dan menunjukkan komunikasi yang cukup intens antar anggotanya. Penelitian oleh Adhrianti & Putra (2022) menunjukkan bahwa komunikasi memiliki

peran dalam membangun solidaritas antar anggota suatu komunitas, sehingga fenomena ini menjadi unik untuk diteliti lebih dalam bagaimana proses komunikasinya. Komunikasi yang terjadi tidak hanya sebatas di grup WhatsApp saja, melainkan komunikasi di acara-acara *offline* juga. Fenomena komunikasi yang intens ini tentunya membangun pemahaman dan pengalaman tersendiri bagi anggota komunitas.

Peneliti telah melakukan perbandingan dengan penelitian sebelumnya yang memiliki persamaan dan perbedaan. Terdapat penelitian yang menyatakan bahwa minat penggemar mengikuti acara proyek buatan sesama penggemar dipengaruhi oleh faktor loyalitas (Ramadhania et al., 2023). Selain itu, faktor yang menyebabkan penggemar rela menggunakan uang untuk membeli barang-barang yang berkaitan dengan artis idola memiliki tujuan untuk memberi simbol bahwa mereka adalah penggemar (Utami & Marnelly, 2025). Penelitian lain juga ada yang membahas tentang kehadiran penggemar di berbagai acara adalah bentuk dukungan terhadap idola (Fatimah, 2024).

Terlepas dari beberapa faktor yang telah dibahas di atas, ada juga penelitian yang membuktikan bahwa *fan loyalty* atau kesetiaan penggemar ternyata memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan penggemar untuk mengikuti berbagai *event* yang berkaitan dengan artis idola mereka (Pramesthi et al., 2024). Dalam penelitian lain menyimpulkan bahwa Seventeen memiliki peran dalam kehidupan Carat (Mafazania, 2024). Melalui beberapa penelitian tersebut, dapat terlihat bahwa belum ada

penelitian yang membahas proses interaksi yang akhirnya dapat membangun solidaritas antar sesama penggemar. Maka dari itu, penelitian ini berfokus pada proses komunikasi antar anggota komunitas Caratdeul Bandung yang terjadi selama periode penelitian. Hal yang akan diamati adalah bagaimana interaksi yang terjadi baik di media sosial dan di kegiatan yang diselenggarakan.

1.2. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka pertanyaan penelitian ini adalah “Bagaimana proses komunikasi komunitas *K-Popers fandom* Carat di komunitas Caratdeul Bandung dalam membangun solidaritas?”

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang telah diuraikan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana proses komunikasi komunitas *K-Popers fandom* Carat di komunitas Caratdeul Bandung dalam membangun solidaritas antar anggota komunitas.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Akademis

Penelitian ini bermanfaat untuk memperkaya kajian ilmu komunikasi, khususnya di bidang komunikasi kelompok. Selain itu, penelitian ini juga akan memperkaya secara khusus teori yang membantu

peneliti untuk memahami fenomena dalam penelitian ini. Selain itu, penelitian ini juga bisa dijadikan sebagai referensi oleh peneliti selanjutnya dalam mendalami kajian-kajian komunikasi kelompok.

1.4.2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat berkontribusi untuk pengembangan komunitas, khususnya komunitas Caratdeul Bandung. Komunitas Caratdeul Bandung dapat menyelenggarakan berbagai acara-acara lain yang dapat menambah perhatian anggotanya. Komunitas Caratdeul Bandung juga dapat mengkaji lebih dalam terkait hal-hal seputar komunikasi agar tetap aktif dan melibatkan banyak anggota komunitas. Selain itu, penelitian ini dapat memberikan juga kontribusi terhadap komunitas lain yang serupa dalam memajukan perkembangan komunitas.