

POLA INTERAKSI SIMBOLIK ANTARA PENGGEMAR DAN *BOYGROUP* K-POP NCT PADA APLIKASI LYSN

Nadine Aulia Rahma

Prodi Ilmu Komunikasi, Jurusan Ilmu Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Negeri Surabaya

nadineaulia.20057@mhs.unesa.ac.id

Muhammad Danu Winata

Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Negeri Surabaya

muhammadwinata@unesa.ac.id

Abstrak

Perkembangan budaya Korea, khususnya K-Pop yang masuk ke Indonesia mengalami kenaikan yang pesat beberapa tahun belakangan ini. Salah satu grup K-Pop yang populer di Indonesia adalah NCT yang merupakan salah satu *boygroup* di bawah naungan SM Entertainment. Perkembangan K-Pop yang beriringan dengan perkembangan teknologi menciptakan berbagai *platform* yang menunjang pengalaman interaksi antara penggemar dengan idolanya. Aplikasi LYSN merupakan salah satu *platform* dengan fungsi tersebut yang memungkinkan penggemar untuk dapat berinteraksi dengan idola mereka yang dibuat menyerupai aplikasi *chatting* pribadi sehingga penggemar akan merasakan pengalaman yang berbeda. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologis. Objek dari penelitian ini adalah interaksi simbolik yang terjadi dalam aplikasi LYSN, dengan subjek penelitian yakni penggemar NCT (NCTzen) yang berlangganan LYSN selama 2 bulan atau lebih. Hasil penelitian menunjukkan interaksi simbolik yang terjalin dalam aplikasi LYSN memberikan makna yang mendalam bagi penggemar yang berlangganan, makna tersebut membentuk berbagai interpretasi yang kemudian memengaruhi tindakan apa yang akan diambil.

Kata Kunci : interaksi simbolik, *boygroup* NCT, aplikasi LYSN

Abstract

The development of Korean culture, especially K-Pop that has entered Indonesia has increased rapidly in recent years. One of the popular K-Pop groups in Indonesia is NCT, which is one of the boy groups under SM Entertainment. The development of K-Pop that goes hand in hand with technological developments creates various platforms that support the interaction experience between fans and their idols. LYSN application is one of the platforms with this function that allows fans to be able to interact with their idols which is made to resemble a private chat application so that fans will feel a different experience. This research uses a qualitative method with a phenomenological approach. The object of this research is the symbolic interaction that occurs in the LYSN application, with the research subject being NCT fans (NCTzen) who subscribe to LYSN for 2 months or more. The results showed that the symbolic interactions that occur in the LYSN application provide a deep meaning for fans who subscribe, the meaning forms various interpretations which then affect what actions will be taken.

Keywords : symbolic interactions, *boygroup* NCT, LYSN app

PENDAHULUAN

Di era saat ini, pesatnya kemajuan teknologi komunikasi dapat dilihat dari semakin meluasnya budaya yang tersebar dan memiliki pengaruh global, seperti media elektronik dan media massa. Sama halnya dengan budaya populer yang merupakan salah satu hasil dari pengaruh global atau dapat disebut globalisasi (Simanjuntak dkk., 2022). Globalisasi ialah sebuah fenomena yang terus bergerak dalam kehidupan bermasyarakat global hingga kemudian menjadi bagian dari masyarakat global itu sendiri (Simanjuntak dkk., 2022). Namun, saat ini tak hanya budaya barat, melainkan budaya sesama negara Asia pun juga berhasil memasuki kehidupan masyarakat Indonesia. Menurut (Chang & Park, 2019), budaya dan konten digital yang terkait dengan Korea Selatan telah menjadi fenomena global selama dua dekade terakhir di wilayah Asia Timur dan Asia Tenggara. Hal ini dapat dilihat dari hasil Analisis Status Global *Hallyu* 2022 yang dilakukan oleh Korea Foundation di setiap tahunnya yang menunjukkan 178.825.261 orang di dunia merupakan penggemar *Hallyu*, baik K-Pop, K-Drama, dan hal-hal berbau Korea lainnya. Salah satu grup K-Pop yang memiliki banyak penggemar di Indonesia ialah NCT, dengan penggemarnya yang disebut sebagai NCTzen. Dilansir dari Goodstats, idola K-Pop yang paling banyak dibicarakan di media sosial X baik secara global maupun Indonesia adalah BTS, kemudian disusul oleh NCT di peringkat ke dua (sumber : goodstats.id, 22 September 2022). NCT adalah salah satu *boy group* di bawah naungan SM Entertainment yang terbagi menjadi beberapa unit, diantaranya NCT 127, NCT Dream, NCT U, dan WayV (NCT China).

Fandom dan K-Pop Culture

Dikarenakan terdapat sekelompok orang yang memiliki minat yang sama, hal ini kemudian membentuk suatu komunitas pecinta K-Pop, K-Drama, dan lain-lain. Komunitas pecinta *Korean Wave* sendiri terbagi menjadi beberapa kelompok sesuai dengan grup yang

mereka sukai, kelompok ini kerap disebut sebagai *fandom*. Menurut Jeanette (dalam Pohan & Gustiana, 2023), *fandom* dapat diartikan sebagai sekelompok individu yang memiliki kesukaan yang sama dengan antusias dan kolektif sehingga kelompok tersebut akan berusaha mencari informasi mengenai idola mereka dan berinteraksi satu sama lain di suatu *platform*. Secara umum, untuk mengetahui kekuatan suatu *fandom* dapat dilihat dari tujuan atau pencapaian yang ditargetkan pada saat perilisan album idolanya, bisa berupa penjualan album, peringkat di *streaming platform* musik (Spotify, Genie, Apple Music, dll), maupun peringkat dan tropi dari acara musik lokal (Pohan & Gustiana, 2023).

Perkembangan peminat *Korean Wave* atau *Hallyu* yang meluas dengan cepat juga didukung oleh peran teknologi dan internet yang juga semakin berkembang dari tahun ke tahun. K-Pop, K-Drama, dan lain sebagainya merupakan produk teknologi yang didistribusikan oleh peran internet. Oleh karena itu, *Hallyu* dan teknologi menjadi suatu hal yang tak terpisahkan dan membuat setiap individu peminat K-Pop sangat bergantung terhadap hal tersebut (Mahardhika, 2022). Hal ini dapat terjadi karena media sosial dan internet merupakan salah satu cara penggemar dapat berinteraksi dengan idolanya atau hanya dengan sesama penggemar.

Salah satu produk teknologi yang mewadahi para penggemar K-Pop ialah aplikasi LYSN. Aplikasi LYSN merupakan aplikasi yang dibuat khusus untuk para artis dari agensi SM Entertainment. EXO, Super Junior, Girls Generation, dan NCT merupakan beberapa *idol group* yang dibentuk dan dibesarkan oleh SM Entertainment. Pada aplikasi ini, penggemar harus berlangganan dengan harga \$3.99 atau sebesar Rp. 64.400. Harga tersebut hanya untuk satu tiket *bubble* yang mana satu tiket berlaku untuk satu artis dan dalam jangka waktu satu bulan saja. Terdapat pula *bundling* untuk berlangganan beberapa artis sekaligus yang tersedia dengan harga yang lebih murah.

Teori Interaksi Simbolik

Teori interaksi simbolik ini diprakarsai oleh George Herbert Mead yang merupakan seseorang dengan pemikiran original dan berkontribusi dalam perkembangan ilmu sosial dengan menulis “*The Theoretical Perspective*” yang menjadi cikal bakal terbentuknya teori interaksi simbolik sebagai suatu bentuk perspektif sosiologi (Citraningsih & Noviandari, 2022). Menurut pemikiran Mead, setiap isyarat non verbal (gerak tubuh, baju, status, dan lain-lain) dan verbal (ucapan) yang dimaknai atas kesepakatan bersama baik secara langsung atau tidak langsung akan membentuk suatu simbol yang berarti bagi kedua belah pihak (*a significant symbol*) (Citraningsih & Noviandari, 2022). Melalui penyampaian isyarat berupa simbol dapat membantu menyampaikan pesan, pikiran, atau maksud dari obrolan tertentu dengan lebih jelas (Haryanto dalam Citraningsih & Noviandari, 2022). Lambang atau simbol merupakan sesuatu yang digunakan untuk mewakili hal lain berdasarkan kesepakatan suatu kelompok. Lambang atau simbol mencakup kata-kata (pesan verbal), perilaku non-verbal, dan objek yang maknanya telah disetujui bersama. (Muhid & Wahyudi, 2020).

Interaksi yang terbentuk dalam aplikasi LYSN membentuk simbol-simbol yang memiliki makna tertentu untuk kedua pihak yang berinteraksi. Oleh karena itu, penelitian ini dibuat untuk memahami lebih dalam mengenai pola interaksi simbolik antara penggemar dengan *boygroup* K-Pop NCT pada aplikasi LYSN.

METODE

Penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologis. Metode penelitian kualitatif adalah pendekatan yang berfungsi untuk meneliti dan memahami makna yang dibagikan oleh seorang individu atau kelompok terhadap suatu masalah sosial atau kemanusiaan (Creswell, 2013). Dalam sebuah

penelitian kualitatif, observasi, wawancara, atau pemeriksaan dokumen, video, gambar, dan lain-lain dapat digunakan sebagai sumber data yang berfungsi untuk memperkuat sebuah teori. (Mulyana, 2022). Sedangkan pendekatan penelitian fenomenologis adalah pandangan yang menekankan pada pengalaman subjektif manusia dan interpretasi mereka terhadap dunia (Moleong, dalam Pertiwi, 2018). Penelitian fenomenologi memiliki tujuan memahami dunia dari perspektif seseorang yang mengalami sebuah fenomena secara langsung. Penelitian ini berpusat pada sifat-sifat alamiah dari pengalaman yang telah dilalui seorang individu dan makna yang diterimanya. Meski dapat membuahkan hipotesis untuk diuji lebih lanjut, pendekatan fenomenologi tidak menggunakan hipotesis dalam proses penelitiannya. Selain itu, fenomenologi tidak dimulai dan tidak bertujuan sebagai pengujian sebuah teori (Pertiwi, 2018). Menurut Kuswarno (dalam Pertiwi, 2018), pendekatan fenomenologi merupakan suatu keilmuan yang memperdalam sebuah fenomena seperti peristiwa atau penampakan segala sesuatu yang terjadi dalam pengalaman seorang individu, cara seorang individu mengalami sesuatu, dan makna yang terbentuk dalam pengalaman tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Aplikasi LYSN merupakan aplikasi yang berfungsi sebagai penunjang dan wadah bagi penggemar untuk dapat berinteraksi lebih banyak dengan artis favorit mereka. Wawancara yang peneliti lakukan bertujuan untuk mengetahui apa yang ada di pikiran penggemar dan bagaimana interaksi simbolik dapat terjalin di antara penggemar dan *boygroup* K-Pop NCT. Melalui wawancara yang telah dilakukan pada 5 informan, rata-rata penggemar tetap membalas pesan *bubble* dari artis meskipun sangat kecil kemungkinan untuk dibaca secara langsung oleh artis. Kebanyakan penggemar membalas pesan *bubble* artis sesuai dengan konteks pesan yang dikirim oleh artis.

Namun, terkadang penggemar juga hanya sekedar memberi semangat kepada artis.

Pada umumnya, aplikasi *chat* selalu menambahkan fitur emoji guna memenuhi kebutuhan pengguna dalam mengungkapkan maksud dari perkataannya secara lebih jelas melalui berbagai macam emoji yang tersedia. Terdapat beberapa penggemar yang kerap memanfaatkan emoji yang tersedia sebagai suatu instrumen yang bermakna.

Tak hanya emoji, fitur lain yang juga berperan penting dalam menambah pengalaman pengguna aplikasi LYSN adalah fitur *autotext* di mana apabila artis mengetik '@@@@' pada *bubble* yang dikirimkannya, maka simbol tersebut akan berubah menjadi nama masing-masing akun pengguna yang berlangganan *bubble* artis tersebut. Para informan memberi respon yang beragam mengenai kesan yang didapatkan setelah menerima pesan tersebut.

Berdasarkan observasi dan wawancara yang telah dilakukan, alasan penggemar rela berlangganan *bubble* artis favoritnya adalah karena ingin berinteraksi lebih banyak, mengetahui kegiatan artis di luar jadwal panggung, dan merasa mendapatkan motivasi dan semangat dari pesan *bubble* artis. Pesan *bubble* yang ditulis oleh artis favorit menjadi sebuah pesan yang bermakna bagi para penggemar.

Pada aplikasi LYSN juga terdapat keterangan sudah seberapa lama penggemar melakukan *subscribe bubble* anggota tertentu, yang diberi istilah '*Heart*'. '*Heart*' ini bertuliskan jumlah hari penggemar melakukan *subscribe*. '*Heart*' ini menjadi simbol hubungan atau interaksi yang terjadi antara penggemar dengan artis. Simbol ini secara tidak langsung menciptakan suatu koneksi yang membuat penggemar merasa tidak rela kehilangan '*heart*' tersebut. Penggemar merasa sayang apabila '*heart*' tersebut mengulang dari 0, sehingga mereka terus melakukan *subscribe* untuk mempertahankan '*heart*' tersebut. Di sisi lain, banyaknya jumlah '*heart*' juga memberikan keuntungan bagi penggemar dalam hal banyaknya karakter yang bisa

dikirimkan ke artis melalui *bubble*. Semakin banyak '*heart*' yang didapat, maka semakin banyak pula karakter pesan yang dapat dikirim penggemar untuk membalas pesan *bubble* artis.

Pembahasan Penelitian

Hasil dari penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa interaksi simbolik antara penggemar dan *boygroup* K-Pop NCT terjalin dengan cara membentuk sebuah makna yang hanya dirasakan oleh penggemar *boygroup* K-Pop NCT melalui berbagai fitur yang menciptakan sebuah *experience* bagi penggemar yang melakukan *subscribe bubble* aplikasi LYSN *boygroup* NCT. Dengan latar belakang ketertarikan yang besar dari penggemar ke artis, maka terbentuklah serangkaian makna atas apapun yang artis lakukan di hadapan penggemarnya. Makna – makna tersebut tumbuh dan berkembang di pikiran dan perasaan penggemar sehingga menciptakan rasa ingin menjadi semakin dekat dengan artis dengan cara berinteraksi.

Alasan mengapa penggemar memiliki keinginan untuk berinteraksi dengan idola mereka terutama karena mereka tertarik dengan konten yang ditampilkan oleh idola.

Mind (Pikiran)

Premis pertama adalah *mind* atau pikiran, di mana pikiran merupakan proses dari kegiatan interaksi dengan diri sendiri. Hal ini merupakan salah satu hal krusial karena akan menjadi bagian penting dari kehidupan dalam setiap tindakan yang akan dilakukan (Dira & Kartika, 2021). Sebelum berlangganan *bubble* idolanya, penggemar akan melakukan interaksi dengan diri sendiri. Mereka mempertimbangkan apakah mereka perlu melakukan *subscribe bubble* idola mereka, mengingat terdapat biaya berlangganan di setiap bulannya. Selain itu, penggemar juga mempertimbangkan tentang siapa anggota yang akan mereka *subscribe*.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, *Mind* dalam interaksi simbolik yang terjalin antara penggemar dan para anggota

boygroup K-Pop NCT pada aplikasi LYSN adalah suatu proses berpikir dari penggemar yang kemudian menciptakan makna-makna tersendiri atas tindakan atau rangsangan yang diberikan oleh artis, dalam hal ini adalah notifikasi pesan *bubble* yang dikirim artis. Menurut John Dewey dalam Muhid & Wahyudi (2020), tahapan proses berpikir yang dialami manusia ialah penjabaran objek dalam dunia masyarakat atau secara sosial, mengasumsikan motif tindakan yang mungkin terjadi, membayangkan dampak dari sebuah tindakan alternatif, menyeleksi segala sesuatu yang cenderung kurang memungkinkan, dan berakhir dengan tahapan seleksi motif tindakan yang paling efektif.

Self (Konsep Diri)

Mead mendefinisikan diri menjadi subjek sekaligus objek, ia memberi istilah (*I*) sebagai diri yang menjadi subjek yang merupakan bagian aktif dari diri (*the self*) yang mampu menjalankan suatu perilaku. Sedangkan (*me*) merupakan istilah diri sebagai suatu objek yang melibatkan pandangan orang lain (*the others*) sehingga mengharuskan individu bertindak sesuai aturan (Muhid & Wahyudi, 2020).

Berdasarkan hasil pengamatan yang peneliti lakukan, konsep diri (*I*) di mana penggemar bertindak sebagai subjek ialah saat penggemar secara pribadi mendeklarasikan dirinya sebagai seorang penggemar dari sebuah grup atau artis tertentu, dalam hal ini *boygroup* K-Pop NCT.

Sedangkan konsep diri (*me*) berlaku pada saat penggemar melakukan sebuah tindakan aktif, seperti membuat akun media sosial khusus untuk *fangirling*, umumnya akun X. Rata-rata penggemar membuat sebuah akun X khusus yang dirancang sedemikian rupa dengan komponen-komponen yang diisi dengan hal-hal mengenai idola mereka, mulai dari *username*, *profile picture*, *header*, *bio*, hingga *tweets* yang mereka unggah.

Tindakan tersebut merupakan suatu konsep diri penggemar yang melibatkan pandangan orang lain (penggemar lain) sehingga

mengharuskan penggemar mengikuti aturan, seperti tidak menjelek-jelekan anggota lain, mengikuti *social media project* yang diadakan *fanbase*, dan sebagainya.

Menurut Stuart dan Sundeen dalam Prihandayani dan Yulianti (2024), konsep diri seseorang terbentuk secara bertahap dalam proses pertumbuhan dan dipengaruhi oleh pengalaman serta eksplorasi lingkungan. Pembentukan konsep diri juga dipengaruhi oleh kelompok sosial yang diikuti individu. Konsep diri penggemar sebagai seorang penggemar *boygroup* K-Pop NCT terbentuk secara bertahap dimulai dari awal mula mereka merasa tertarik dengan NCT. Hal ini juga dipengaruhi oleh pengalaman dan eksplorasi lingkungan, seperti penggemar sebelumnya juga telah menyukai *boygroup* K-Pop lain. Selain itu, terdapat pengaruh kelompok sosial di sekitar penggemar yang mempengaruhi konsep dirinya sebagai penggemar *boygroup* K-Pop NCT.

Society (Masyarakat)

Society atau masyarakat merupakan suatu jaringan sosial yang tercipta, dibangun, dan diinterpretasikan oleh masing-masing individu di tengah masyarakat dan masing-masing individu memiliki inisiatif untuk menentukan perannya dalam kehidupan bermasyarakat secara aktif (Efendi dkk., 2024). Lingkungan masyarakat yang terbentuk di antara penggemar *boygroup* K-Pop NCT memiliki banyak budaya yang berkembang secara natural di kalangan penggemar. Budaya-budaya tersebut tercipta dari aktivitas atau kejadian yang terjadi di dalam internal *fandom* sehingga menciptakan suatu jaringan sosial yang dibangun dan diinterpretasikan oleh setiap penggemar sehingga penggemar memiliki inisiatif untuk menentukan perannya dalam lingkungan *fandom* secara aktif.

Society terbentuk dari interaksi sosial antar individu yang terkoordinasi. Interaksi yang terjalin tersebut akan membentuk suatu makna yang akan dibagikan ke individu lain di tengah masyarakat sehingga membentuk makna bersama. Makna bersama akan terbentuk dalam

proses pengambilan peran (Zanki, 2020). Interaksi antar individu yang terkoordinasi tersebut membentuk suatu tindakan bersama (*joint action*) yang disampaikan oleh Herbert Blumer sebagai salah satu dari lima konsep dasar interaksi simbolik. Tindakan bersama (*joint action*) merupakan suatu aksi kolektif yang muncul dari tindakan masing-masing peserta kemudian diselaraskan dan disesuaikan satu sama lain. Inti dari konsep ini adalah harmonisasi dan peleburan berbagai makna, tujuan, pemikiran, dan sikap (Muhid & Wahyudi, 2020).

Penggemar saling berinteraksi sehingga membentuk suatu tindakan bersama yang kemudian menciptakan sebuah struktur sosial. Hal ini juga terjadi pada penggemar *boygroup* K-Pop NCT terkait dengan pesan *bubble* aplikasi LYSN di mana penggemar membentuk sebuah akun pada media sosial X yang berisikan mengenai seluruh pesan *bubble* yang dikirimkan oleh anggota *boygroup* NCT meskipun telah terdapat peringatan dalam hal penyebaran konten *bubble* aplikasi LYSN. Pesan-pesan *bubble* yang diunggah oleh akun ini merupakan pesan yang telah diterjemahkan ke dalam Bahasa Inggris sehingga jangkauan penggemarnya lebih besar. Saat ini akun tersebut memiliki pengikut sebesar 29,1 ribu pengikut sejak akun dibuat pada November 2022. Tindakan ini membuat para penggemar yang tidak melakukan *subscribe bubble* pada aplikasi LYSN tetap dapat mengetahui segala hal yang diunggah oleh para anggota *boygroup* NCT pada aplikasi LYSN.

Tak hanya memberi keuntungan bagi penggemar yang tidak melakukan *subscribe*, akun ini juga membantu para penggemar yang melakukan *subscribe* dalam memahami pesan *bubble* yang dikirim oleh para anggota *boygroup* NCT apabila penggemar masih mengalami kesulitan memahami terjemahan yang telah tersedia pada aplikasi LYSN. Hal ini merupakan suatu tindakan bersama yang kemudian membentuk suatu struktur sosial di kalangan penggemar.

Meaning (Makna)

Menurut Mead (dalam Muhid & Wahyudi, 2020), komunikasi yang sesungguhnya baru dapat terjadi jika masing-masing individu yang berkomunikasi tak hanya memaknai tindakan mereka sendiri, melainkan saling memahami atau berusaha mendalami makna yang disampaikan oleh pihak lain. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penggemar memaknai segala pesan *bubble* dari anggota *boygroup* NCT dengan sangat dalam, sehingga penggemar merasa memiliki kedekatan yang lebih dengan para anggota favoritnya berkat peran aplikasi LYSN, seperti yang dikatakan salah satu informan yang mengatakan bahwa *bubble* LYSN merupakan sebuah perantara komunikasi terdekat bagi penggemar dan artis. Hal tersebut menunjukkan bahwa pesan sederhana dari artis memberikan kesan yang besar bagi penggemar. Penggemar kerap merasa ditemani dan tidak merasa kesepian karena mendapatkan pesan dari artis favoritnya secara real-time dan kerap diterima pada saat yang tepat, yakni ketika penggemar merasa sedang frustrasi, lelah, stress, dan sebagainya. Saat penggemar menerima pesan dari artis berupa ucapan terimakasih karena telah bekerja keras, mengingatkan tidur, dan sebagainya, penggemar dapat merasakan kehadiran artis yang diidolakan seolah mendukung dan menemaninya, walaupun hanya sekedar melalui obrolan virtual.

Language (Bahasa)

Pesan yang dikirim oleh para anggota *boygroup* K-Pop NCT lebih banyak menggunakan Bahasa Korea, sedangkan penggemar yang menerima pesan tersebut melalui aplikasi LYSN tersebar di seluruh dunia dengan bahasa yang berbeda-beda. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penggemar tidak terlalu kesulitan dalam memahami maksud dari pesan *bubble* yang dikirim oleh artis karena adanya fitur terjemahan bawaan dari aplikasi LYSN, dan juga terdapat aplikasi *translator* lain seperti Papago yang dapat menerjemahkan Bahasa

Korea ke Bahasa Inggris yang lebih umum dimengerti penggemar dari berbagai negara selain Korea. Aplikasi Papago sendiri merupakan aplikasi *translator* yang berasal dari Korea Selatan, sehingga hasil terjemahan dari Papago cenderung lebih akurat dan mudah dipahami. Dalam membalas pesan *bubble* artis, penggemar yang tidak memiliki kemampuan berbahasa Korea juga kerap menggunakan bantuan aplikasi *translator* tersebut karena *grammar* terjemahannya lebih akurat daripada Google Translate.

Thought (Pemikiran)

Thought atau pemikiran berkaitan pada penafsiran yang diciptakan terhadap suatu simbol (Jacon dalam Zanki, 2020). Interaksi dengan menggunakan simbol sebagai salah satu instrumen komunikasi juga terjadi pada *bubble* LYSN *boygroup* NCT, di mana pada aplikasi LYSN terdapat fitur yang memberikan kesan yang lebih besar untuk para penggemar yang berlangganan. Fitur tersebut merupakan fitur *autotext* di mana apabila artis mengirimkan simbol '@@@' pada *bubble*-nya, maka pesan tersebut secara otomatis akan berubah menjadi nama akun LYSN penggemar saat pesan diterima oleh penggemar di *handphone* masing-masing. Berdasarkan hasil penelitian, fitur ini memberikan makna yang cukup besar bagi beberapa penggemar karena penggemar mengaku merasakan perasaan senang dan salah tingkah saat artis melakukan hal tersebut. Penggemar merasa seperti seolah benar-benar dipanggil secara pribadi dan *experience* yang didapatkan dalam aplikasi LYSN semakin nyata.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, pesan-pesan *bubble* dari para anggota *boygroup* NCT memberikan makna yang sangat besar bagi penggemar yang mengidolakan mereka. Dengan rasa ketertarikan, keterikatan, dan loyalitas penggemar, penggemar memberikan sebuah tindakan yang dirasa mampu mengungkapkan rasa terimakasihnya dengan cara mendukung idolanya serta membalas pesan *bubble* yang

dikirim oleh artis, baik untuk memberikan rasa kesenangan pribadinya, agar dibaca oleh artis, atau sekedar memberi semangat dan mengungkapkan rasa terimakasihnya pada artis yang telah menemani hari-harinya. Makna-makna tersebut tumbuh dan berkembang di pikiran para penggemar karena berbagai interaksi yang telah terjalin antara penggemar dengan artis, baik melalui aplikasi LYSN, media sosial lain, atau interaksi secara langsung saat penggemar dan artis bertemu di sebuah *event*.

Tindakan membalas pesan ini juga memerlukan usaha lebih di mana para penggemar berusaha membalas menggunakan Bahasa Korea atau Bahasa Inggris dengan harapan saat artis membaca, maka artis akan lebih mudah memahami balasan tersebut. Untuk membalas dengan Bahasa Korea, beberapa penggemar mempelajari Bahasa Korea dan mempraktikannya dengan cara membalas pesan *bubble* artis. Apabila penggemar tidak memiliki kemampuan berbahasa Korea sama sekali, maka penggemar berusaha menggunakan aplikasi terjemahan seperti Google Translate atau Papago. Terdapat pula tipe penggemar yang menjadikan *chat room bubble* artis favoritnya sebagai tempat curhat yang aman. Penggemar merasa mencurahkan hatinya secara langsung pada artis favoritnya meskipun kecil kemungkinan artis akan membacanya. Tak hanya itu, beberapa penggemar juga mengubah *wallpaper chat room* pada *bubble* artis dengan foto artis sesuai keinginannya agar semakin menunjang pengalaman yang didapatkan oleh penggemar. Hal ini memberikan kesan khusus bagi penggemar sehingga memutuskan untuk melakukan tindakan-tindakan tersebut.

Menurut Mead dalam Muhid dan Wahyudi (2020), untuk menjawab pertanyaan 'Mengapa manusia bertindak?', Mead mengidentifikasi empat tahapan penentuan tindakan yang saling berhubungan, (1) Dorongan hati (*impuls*), ini merupakan tahapan pertama manusia menentukan tindakan. Dorongan hati atau *impuls* ini meliputi stimulasi atau rangsangan

spontan yang berkaitan dengan alat indra manusia. Dalam hal reaksi, Mead memperhitungkan situasi yang sedang dialami saat ini, maupun pengalaman masa lalu, sehingga dapat berkemampuan mengantisipasi konsekuensi dari tindakan tersebut di masa depan. (2) Persepsi, merupakan tahap kedua mengapa manusia bertindak. Dalam tahap ini, aktor menyelidiki dan bereaksi terhadap apa yang berhubungan dengan dorongan hati tersebut. Manusia memiliki kemampuan untuk merasakan dan memahami stimuli melalui pendengaran, senyuman, rasa, dan sebagainya, sehingga hal-hal tersebut dapat dijadikan pertimbangan. Dalam hal ini, manusia tidak hanya tunduk pada sebuah rangsangan yang diterimanya dari luar, namun manusia juga secara aktif memilih di antara sekumpulan rangsangan. (3) Manipulasi, merupakan tahapan ketiga di mana setelah *impuls* menyatakan dirinya sendiri dan objek telah dipahami. Tahap ini merupakan tahap yang krusial dalam mengambil sebuah tindakan agar tidak terjadi secara spontan. Seorang individu akan mengevaluasi beberapa hipotesis mengenai hal-hal yang mungkin akan terjadi jika tindakan tersebut diambil. (4) Konsumsi, merupakan tahapan terakhir di mana aktor mengeksekusi tindakan yang memuaskan dorongan hatinya di tahapan awal. Tahapan ini dapat dilakukan setelah melalui tahapan-tahapan sebelumnya dengan berbagai pertimbangan.

Berdasarkan tahapan-tahapan tindakan tersebut, seseorang seharusnya mempertimbangkan tindakan yang dilakukannya dengan cermat sehingga tidak merugikan diri sendiri dan orang lain. Berkaitan dengan konsep diri (*self*) menurut Mead, di mana diri sebagai objek (*me*) merupakan konsep diri yang dipengaruhi oleh diri-diri yang lain (masyarakat). Konsep diri ini membuat para penggemar harus menjaga tindakan dan perkataannya yang berkaitan dengan kehidupan *fandom*. Namun, terdapat oknum yang tidak memiliki konsep diri yang kuat sebagai penggemar sehingga melakukan tindakan yang

tidak baik melalui aplikasi LYSN. Hal ini terjadi pada *girlgroup* K-Pop Red Velvet yang menerima pesan berbau pelecehan seksual pada aplikasi LYSN. Walaupun telah terdapat aturan yang jelas pada aplikasi LYSN, namun hal-hal seperti ini hanya bisa dihindari dari sisi penggemar itu sendiri. Oleh karena itu, konsep diri (*me*) sebagai objek dalam kehidupan penggemar merupakan salah satu hal penting yang harus dikembangkan oleh para penggemar sehingga tidak melanggar norma-norma yang ada. Penggemar perlu memperhatikan interpretasi yang diciptakannya atas pesan-pesan *bubble* artis agar tidak menciptakan interpretasi negatif sehingga berujung pada balasan pesan dengan kata-kata kotor atau kasar.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa pola interaksi simbolik yang terjadi antara penggemar dengan *boygroup* K-Pop NCT melalui aplikasi LYSN adalah bahwa interaksi antara penggemar dengan *boygroup* K-Pop NCT terjalin baik secara virtual maupun secara langsung. Aplikasi LYSN merupakan salah satu *platform* yang mewadahi interaksi penggemar dengan anggota *boygroup* NCT dengan berbagai fitur yang dirancang sedemikian rupa sehingga menunjang *experience* berbeda yang dirasakan penggemar. Penggemar merasa interaksi yang terjalin di aplikasi LYSN lebih terasa intens dan personal, sehingga penggemar rela melakukan *subscribe bubble* LYSN anggota favoritnya walaupun harus membayar setiap bulannya.

Penggemar merasakan kedekatan yang berbeda melalui aplikasi *bubble* LYSN dibanding media sosial lain yang dapat diakses oleh umum. Mereka cukup merasakan eksklusifitas yang telah diberikan aplikasi LYSN dalam hal pesan yang dikirim oleh artis dengan berbagai fiturnya. Seiring dengan semakin eratnya ikatan antara penggemar

dengan artis, maka interaksi yang terjalin menjadi semakin intens hingga dapat dikoordinasikan membentuk suatu tindakan bersama. Tindakan bersama ini tidak lepas dari konsep diri (*self*) penggemar yang menentukan peran dan posisinya dalam suatu tindakan yang terkoordinasi.

Saran

Saran untuk aplikasi LYSN agar memperketat larangan penyebaran konten aplikasi LYSN. Dengan banyaknya penyebaran konten aplikasi LYSN, maka eksklusifitas pesan dari aplikasi LYSN dapat menurun karena penggemar merasa tidak perlu melakukan *subscribe* karena dapat melihat konten tersebut pada media sosial lain secara gratis. Serta interaksi antara artis dengan penggemar sebaiknya diperbanyak agar sebagian besar interaksi tidak hanya berjalan satu arah.

Untuk peneliti selanjutnya diharap memperdalam dan memperbanyak penelitian mengenai aplikasi LYSN dengan berbagai teori komunikasi yang ada, sehingga pengetahuan dan wawasan mengenai aplikasi ini dapat meningkat dan penelitian-penelitian tersebut akan berguna bagi perkembangan keilmuan komunikasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Chang, W., & Park, S.-E. (2019). The Fandom of Hallyu, A Tribe in the Digital Network Era the Case of ARMY of BTS About the Authors. <http://journals.ateneo.edu/ojs/kk/>
- Citraningsih, D., & Noviandari, H. (2022). Interaksionisme Simbolik: Peran Kepemimpinan Dalam Pengambilan Keputusan. *Social Science Studies*, 2(1), 72–86.
- Cnnindonesia.com. (2023, 23 Maret). Survei : Fan Hallyu di Dunia Lebih dari 178 Juta Orang pada 2022. [https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20230323150343-241-928582/survei-fan-](https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20230323150343-241-928582/survei-fan-hallyu-di-dunia-lebih-dari-178-juta-orang-pada-2022)
- [hallyu-di-dunia-lebih-dari-178-juta-orang-pada-2022](https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20230323150343-241-928582/survei-fan-hallyu-di-dunia-lebih-dari-178-juta-orang-pada-2022), diakses pada 01 Desember 2023.
- Creswell, J. W. (2013). - *Research Design_ Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*-SAGE Publications, Inc (2013).
- Dira, M. R., & Kartika, T. (2021). Fenomena Online Buying Behavior Dalam Pandemi Covid-19 (Studi Interaksi Simbolik Pada Generasi Milenial). *JSSH (Jurnal Sains Sos. Dan Humaniora)*, 5.
- Efendi, E., Fadila, F., Tariq, K., Pratama, T., & Azmi, W. (2024). Interaksionisme Simbolik dan Praktamis. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 4(3), 1088–1095.
- Goodstats.id. (2022, 22 September). Indonesia Masuk Peringkat Pertama dengan Fans K-Pop Terbanyak di Dunia. <https://goodstats.id/article/indonesia-masuk-peringkat-pertama-dengan-fans-k-pop-terbanyak-di-dunia-6w71d>, diakses pada 01 Desember 2023.
- Mahardhika, A. P. (2022). Komunikasi Impersonal antara Idol Dan Fans (Dinamika Proses Komunikasi Pada Aplikasi LYSN SM Entertainment).
- Muhid, A., & Wahyudi, W. E. (2020). *Interaksi Simbolik: Teori dan Aplikasi dalam Penelitian Pendidikan dan Psikologi*. Madani.
- Mulyana, D., & Phd, M. A. (2022). *Ilmu komunikasi suatu pengantar*. Remaja Rosdakarya.
- Pertiwi, A. C. (2018). Studi Fenomenologi tentang Konsep Diri Wanita Shopaholic di Kota Bandar Lampung.
- Pohan, S., & Gustiana, Z. N. (2023). Fenomena Fanwar dan Fanatisme Antar Fandom K-Pop di Media Sosial Twitter. *SEMAR : Jurnal Sosial dan Pengabdian Masyarakat*, 1(02), 1-11.

<https://doi.org/10.59966/semar.vli02.280>

- Prihandayani, V. S., & Yulianti, E. (2024). Interaksi Simbolik Hebert Blumer Pengguna Aplikasi Belanja Online Shopee (Studi Deskriptif Kualitatif Dalam Membangun Konsep Diri dan Perubahan Sikap Pada Ibu-Ibu Pondok Labu). *Jurnal Adijaya Multidisplin*, 2(02), 141-153.56
- Simanjuntak, F. A., Hambali, & Primahardani, I. (2022). Studi Tentang Dampak Korean wave Dalam Gaya Hidup Mahasiswa Universitas Riau. *JSER Journal of Science and Education Research*, 1(2). <https://jurnal.insanmulia.or.id/index.php/jser/>
- Zanki, H. A. (2020). Teori Psikologi Dan Sosial Pendidikan (Teori Interaksi Simbolik). *Scolae: Journal of Pedagogy*, 3(2).