

Perilaku Komunikasi Komunitas Kpopers Palangka Raya dalam Loyalitas pada Idola

Tirra Nugrahani Dewi¹, Nurudin²

^{1,2}Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Malang

Cara Mengutip: Dewi, T. N., Nurudin. (2022). Perilaku Komunikasi Komunitas Kpopers Palangka Raya dalam Loyalitas pada Idola. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 4(1), 78-88. doi: <https://doi.org/10.33366/jkn.v4i1.97>

ARTICLE INFO

Article History

Received : 20 Maret 2022

Revised : 6 Juni 2022

Accepted : 9 Juni 2022

DOI :

<https://doi.org/10.33366/jkn.v4i1.97>

Keywords:

communication behavior;

kpop community;

popular culture;

fan loyalty

Email corresponding author

tirradewi@gmail.com

PENERBIT

UNITRI PRESS

Jl. Telagawarna, Tlogomas-
Malang, 65144, Telp/Fax:
0341-565500



This is an open access article under the Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License. Any further distribution of this work must maintain attribution to the author(s) and the title of the work, journal citation and DOI. CC-BY-SA

ABSTRACT

The Kpopers community is a separate communication behavior for young people in the midst of social life, because its unique lifestyle makes this community exist and be known in Palangka Raya City. Some of the ways that this community does to exist is by imitating the way they dress and covering dance movements of their idol boy groups and girl groups, as well as K-Pop music fans who experience technological advances that can facilitate the spread of popular culture, causing consumptive behavior on matters related to his idol. This study aims to determine the motives of members to join the Kpopers community in Palangka Raya, the meaning of Korean Pop (Kpop) for members of the Palangka Raya Kpopers community and the communication experiences of members of the Kpopers community in Palangka Raya. A qualitative approach is used in this research. Data collection is carried out through in-depth interviews, observation and study of documentation and literature. Communication is carried out through various activities, including festival events and publications. The message, which is designed in such a way as to be channeled through various media, is a strategic step to introduce and share the latest information on their idols so that they are widely known by the public so that efforts to increase their idol branding and promotion can take place continuously.

ABSTRAK

Komunitas Kpopers merupakan perilaku komunikasi tersendiri bagi kaum muda di tengah kehidupan sosial, karena gaya hidupnya yang unik membuat komunitas ini eksis dan dikenal di Kota Palangka Raya. Beberapa cara yang dilakukan komunitas ini untuk tetap eksis adalah dengan meniru cara mereka berpakaian dan meliputi gerakan dance boy group idola dan girl group mereka, serta para penggemar musik K-Pop yang mengalami kemajuan teknologi yang dapat memfasilitasi penyebaran budaya populer, menyebabkan perilaku konsumtif pada hal-hal yang berhubungan dengan idolanya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui motivasi anggota bergabung dalam komunitas Kpopers Palangkaraya, apa makna musik K-pop (Kpop) bagi anggota komunitas Kpopers Palangkaraya, dan pengalaman komunikasi anggota komunitas Kpopers Palangkaraya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, penelitian kepustakaan, dan penelitian kepustakaan. Komunikasi dilakukan melalui berbagai acara, termasuk festival dan publikasi. Informasi yang dirancang untuk disebarluaskan melalui berbagai media merupakan langkah strategis untuk menyajikan dan berbagi informasi terbaru tentang idola agar publik dapat mengetahuinya secara luas, guna berupaya meningkatkan brand mereka. Promosi dapat dilakukan secara berkelanjutan.

Pendahuluan

Perkembangan selalu membawa konsekuensi pada kegemaran seseorang, yang dengan mudah dapat ditemui, karena masih banyak orang khususnya remaja sampai dewasa yang menyukai budaya populer seperti Kpop melalui perangkat canggih milik mereka. Tidak hanya itu, mereka juga menirukan apa yang digunakan oleh idola mereka. Dilihat dari pola perilaku komunitas Kpopers Palangka Raya, budaya Kpop berdampak sangat signifikan terhadap anak-anak, remaja, sampai dewasa. Mereka mengikuti cara berpakaian, tarian, musik, sampai budaya Korea Selatan, mulai dari makanan, pakaian, dan wisatanya. Ramainya penggemar Kpop ini benar-benar merasuki segala segmen masyarakat.

Kpop (dalam bahasa Korea 가요, Gayo) singkatan dari *Korean Pop* atau *Korean Popular Music* adalah sebuah genre musik terdiri dari pop, dance, electropop, hip hop, rock, R&B dan electronic music yang berasal dari Korea Selatan. Banyak orang menyebut serbuan Kpop sebagai hallyu (한류) atau gelombang Korea (*Korean Wave*) (Andansari, 2015). Gelombang ini awalnya dipicu keranjingan orang terhadap drama romantis Asia, termasuk drama Korea. Dari sini, anak muda Asia kemudian mengenal Kpop dan menggilainya. Maklum, Kpop tidak hanya memanjakan telinga dan mata, tetapi juga menancapkan imajinasi tentang selebriti Korea yang berpenampilan apik dan berwajah semulus porselen. Tidak heran, kini banyak anak muda yang ingin "dicetak" seperti selebriti Korea. Banyak anak muda di mana-mana histeris melihat aksi *boyband* dan *girlband* Korea.

Dalam perkembangannya, Kpop telah tumbuh menjadi sebuah subkultur yang menyebar secara luas di berbagai belahan dunia. Fenomena yang kemudian terjadi adalah menjamurnya fans Kpop di seluruh belahan dunia. Fans yang berasal dari berbagai macam fandom idol group seperti misalnya ELF (*Ever Lasting Friends*) yang merupakan sebutan bagi penggemar Super Junior, EXO-L nama penggemar EXO, atau pun VIP bagi penggemar BIGBANG menjadi sebuah kesatuan besar di bawah naungan fandom Kpop (Andansari, 2015).

Komunitas penggemar biasanya melakukan pertukaran pesan mengenai idolanya. Para penggemar ini berbagi informasi untuk semakin banyak yang mengetahui mengenai idolanya, dari yang tidak tahu menjadi tahu, dan yang sudah tahu menjadi semakin ketergantungan konsumsi informasi. Fans sering menghabiskan waktunya di depan komputer selama berjam-jam untuk berdiskusi mengenai objek kesenangan mereka hingga ke perilaku obsesif yang berlebihan yaitu stalking yang artinya menguntit, istilah yang digunakan untuk mengacu pada perhatian obsesif yang tidak diinginkan oleh seorang individu atau grup yang dilakukan oleh orang tertentu (Nurudin, 2019).

Kehadiran internet beserta jejaring sosial yang terdapat di dalamnya dapat dikatakan sangat membantu industri musik Kpop dalam menjangkau audiens yang lebih luas. Seperti dikutip dalam sebuah portal berita online journal.sociolla.com mengatakan musik Kpop yang telah masuk ke Indonesia sekitar tahun 2009-2010 berhasil populer di Indonesia. Melalui internet, Kpopers dengan mudah dan cepat mengakses informasi dan mengonsumsi berbagai hiburan yang berhubungan dengan Kpop. Seperti mengakses Youtube untuk menonton maupun mengunduh video Kpop, mendengarkan lagu Kpop melalui radio online, membaca artikel tentang para artis Korea melalui portal berita khusus Kpop seperti Soompi, Allkpop, Koreanindo (Sidik & Sanusi, 2019).

Komunitas Kpopers Palangka Raya mengutamakan kebersamaan untuk saling memberikan informasi dan hubungan dekat antar sesama anggota. Komunitas Kpop ini berusaha juga untuk memperkenalkan budaya Korea Selatan melalui beberapa promosi, event dan terus melakukan sosialisasi dengan aktif mengadakan pelatihan (workshop), kerja sama dengan beberapa mitra serupa turut serta dalam berbagai *event*. Selain itu, Komunitas Kpopers Palangka Raya juga mengadakan event kegiatan dengan nuansa negeri ginseng, Korea Selatan, untuk menarik minat dan loyalitas sesama anggota komunitas dan orang luar komunitas. Kegiatan dengan nuansa Kpop dibuat sedemikian rupa sehingga untuk melanggengkan dan menambah pengetahuan bagaimana idola Kpop dapat mendapat atensi juga memiliki penggemar dengan solid. Dan agar mewujudkan hal tersebut, Komunitas Kpopers Palangka

Raya telah menerapkan berbagai kegiatan antara lain dengan membuat kegiatan mulai dari kompetisi menari, menyanyi, kumpul bersama, pameran, dan lainnya.

Untuk menjaga eksistensinya dalam menjaga loyal penggemar dan menarik publik untuk menyukai Kpop, Komunitas Kpopers Palangka Raya tidak bisa berjalan sendiri, melainkan harus melakukan upaya-upaya kerjasama dengan pihak-pihak yang mendukung keberlangsungan komunitasnya, baik dari kalangan internal maupun dari lingkungan eksternal. Jaringan komunikasi tersebut penting artinya bagi keberlangsungan kegiatan komunitas dalam rangka mempertahankan loyalitas dan kebersamaan antar sesama anggota komunitas di dalam maupun di luar dari komunitas ini.

Banyak penelitian terkait unsur budaya pop telah dilakukan. Artikel ini menyajikan beberapa penelitian sebagai perbandingan dan dukungan terhadap penelitian yang dilakukan. Salah satunya adalah penelitian Cahya Tunshorin tentang analisis penerimaan budaya populer Korea di Komunitas Tari Jewek Abadi Yogyakarta di tahun 2016 (Tunshorin, 2016) Hasilnya adalah strategi komunikasi Komunitas Tari Jewek Abadi untuk masyarakat Yogyakarta, dan ada satu hal yang menarik dari musik K-POP. Khusus untuk boy dan girl band yang sedang banyak menyita perhatian, musik K-pop hadir dengan dance. atau menari. Hal ini mengakibatkan munculnya komunitas besar penggemar K-pop. Salah satunya adalah Komunitas Tari Permata Abadi atau komunitas dance cover di Yogyakarta yang biasa dikenal dengan EJDance. Saat berdiri di atas panggung, EJDance mempersiapkan semaksimal mungkin mulai dari dance, kostum, makeup, dan aksesoris hingga ekspresi wajah agar terlihat seperti boy band dan girl group.

Ini merupakan bentuk akomodasi budaya populer Korea yang ada. Para peneliti mulai dengan minat awal dan mulai tertarik pada fenomena sehari-hari, terlepas dari penampilan mereka di atas panggung. Peneliti percaya bahwa K-POP telah menjadi budaya populer baru yang telah memasuki tengah budaya populer yang ada dan budaya yang diikuti oleh anggota EJDance.

Menurut Deddy Mulyana, komunikasi adalah "proses penciptaan makna antara dua orang atau lebih dengan menggunakan simbol atau tanda. Para peserta komunikasi transendental adalah manusia dan dewa. Berhasil atau efektifnya komunikasi tergantung pada kesamaan atau kesatuan makna yang dihasilkan Berbanding lurus sampai tingkat: jika makna yang dihasilkan relatif identik, atau jika hasil komunikasi relatif konsisten dengan apa yang diinginkan partisipan..." (Mulyana, 2017).

Berdasarkan uraian itulah, perilaku komunikasi dapat diartikan sebagai suatu tindakan atau kegiatan yang melakukan suatu proses komunikasi, seperti menemukan, menerima, atau menyebarkan informasi. Dengan kata lain, perilaku komunikatif adalah kegiatan komunikatif yang dilakukan individu atau kelompok berdasarkan motivasi mereka untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam Tipton dan Donohew, pencarian, pengumpulan, dan penerapan strategi seleksi, kita dapat melihat perilaku komunikatif seseorang. Secara umum, tindakan pada perilaku komunikatif dapat dilihat pada bagaimana menentukan strategi yang akan digunakan ketika memperoleh informasi dari lingkungan (Rogers et al., 2019).

Aksi Komunikatif Komunitas Kpopers Palangka Raya yang terkait dengan penelitian ini adalah sebuah acara komunikatif komunitas Kpopers Palangka Raya untuk permainan dan permainan rakyat di Jawa Barat. Menurut (Rogers, Singhal, and Quinlan 2019) Pengubah komunikasi meliputi saluran komunikasi interpersonal, media massa dan keterlibatan sosial, komunikasi dengan sistem sosial, dan pencarian informasi inovatif (Mogot, 2020).

Berbagi pengalaman dalam sistem sosial, baik verbal maupun non-verbal, terutama antar anggota merupakan aspek strategis. Oleh karena itu, Potter, Samovar, Cain (Mulyana, 2017) menyebutkan bahwa

"All verbal and non-verbal languages use symbols to represent or represent various concrete and abstract parts of individual realities. These symbols are governed by rules that tell us how to use them to best express our experiences."

Komunikasi verbal memungkinkan peserta komunikasi untuk berbagi pengalaman dan memperoleh pengalaman tanpa mengundang komunikator untuk terlibat langsung dengan mereka, meskipun tidak terlepas dari pesan non-verbal. Bahasa juga memungkinkan Anda untuk mempengaruhi

orang lain, bertukar pikiran, mencari informasi, mengekspresikan perspektif, dan berbagi perasaan. Di sinilah kekuatan rasa diuji di langit-langit mulut. Simbol non-linguistik juga memiliki arti khusus. Gerakan, penampilan, kepalan tangan, dan ekspresi wajah semuanya menyampaikan makna dan semua orang menerimanya sebagai pesan dengan makna tertentu. Informasi nonverbal sama efektifnya dengan informasi verbal dan dapat memperkuat, mengabaikan, menolak, atau memiliki informasi verbal itu sendiri. Sebagian besar pakar komunikasi mengatakan bahwa pesan nonverbal memiliki dampak yang lebih besar daripada pesan verbal (Rismawaty & Deria, 2021).

Komunitas adalah kelompok sosial dari banyak makhluk yang sering berbagi minat yang sama. Komunitas adalah sekelompok orang yang berkumpul atau hidup untuk mencapai tujuan tertentu dan berbagi makna dan perilaku. Sebagai aturan, mereka memiliki kepentingan yang sama dalam masyarakat manusia. Tanpa komunikasi, tidak ada komunitas. Komunitas bergantung pada pengalaman dan emosi bersama, di mana komunikasi terjadi dan koeksistensi bersinar. Maka terciptalah masyarakat dalam bentuk komunikasi yang berkaitan dengan seni, agama dan bahasa. Masing-masing bentuk tersebut mengandung pemikiran, tindakan, cara pandang, dan gagasan yang mengakar kuat dan menyampaikan sejarah kewarganegaraan. (Mulyana, 2017)

Interaksi manusia bersifat pribadi dan bermakna. Untuk menggunakan simbol dalam komunikasi, makna dan respons harus dihasilkan. Orang harus mempelajari pola dan makna komunikasi (Ruben et al., 2013). Simbol adalah hal-hal yang digunakan untuk mewakili hal-hal lain dengan kesepakatan bersama. Simbol meliputi kata-kata (informasi linguistik), kata kerja non-linguistik, dan hal-hal yang maknanya sesuai satu sama lain. (Sidik & Sanusi, 2019).

Segala sesuatu yang dapat dijadikan sebagai lambang atas kesepakatan bersama. Kata-kata (baik lisan atau tertulis), makanan dan kebiasaan makan, hobi, peristiwa, angka, suara, dll. semuanya bisa menjadi simbol (Mulyana, 2017). Definisi di atas berkaitan dengan lambang atau simbol yang juga merupakan pola komunikasi dari komunitas Kpopers Palangka Raya.

Metode Penelitian

Untuk membantu Komunitas Kpopers Palangka Raya mendapatkan gambaran yang Merinci bagaimana mereka berkomunikasi dalam membangun loyalitas idola, Penelitian ini menggunakan studi kasus dan pendekatan dari kualitatif. Menurut Bogdan dan Taylor (Moleong 2018) Pendekatan kualitatif itu sendiri adalah prosedur eksplorasi yang dapat memberikan data deskriptif dalam bentuk tertulis atau lisan tentang orang-orang dan perilaku yang diamati. Metode kasus Mulyana (2017) merupakan gambaran menyeluruh dari berbagai aspek dalam individu, kelompok, organisasi (masyarakat), program atau konteks sosial.

Studi kasus ini memiliki tujuan ganda. Studi kasus, di sisi lain, bertujuan untuk memahami kelompok yang diteliti: keanggotaannya, bentuk aktivitas, interaksi, dan hubungan kelompok dengan dunia luar. Di sisi lain, studi kasus juga bertujuan untuk mengembangkan data umum tentang keteraturan struktur dan proses sosial (Mulyana, 2017). Data penelitian dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan studi terdokumentasi. Data yang terkumpul dikumpulkan dan dianalisis menggunakan tiga komponen analisis data yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman: reduksi data, penyajian data, dan penambahan pada penarikan uraian (Wahyono, 2018).

Subjek pada penelitian ini adalah Komunitas Kpopers Palangka Raya, di mana suatu komunitas yang secara intensif membangun loyalitas terhadap idolanya melalui berbagai kegiatan dan interaksi yang memiliki ciri khas tersendiri. Komunitas ini berusaha menggali dan merekonstruksi pola hidup serta kegiatan idolanya, dari cara berpakaian atau kegiatan yang berhubungan dengan idolanya, dengan upaya dukungan mereka sebagai bentuk loyalitas terhadap idola. (Gunawan, 2013). Objek penelitian ini yaitu perilaku komunikasi Komunitas Kpopers dalam upayanya menyosisialisasikan, mempromosikan, dan pula membangun loyalitas tiap anggotanya pada idola.

Hasil dan Pembahasan

Komunitas Kpopers Palangka Raya ini merupakan wadah bagi pecinta musik Kpop dan juga budaya Korea yang berada di Kota Palangka Raya yang berdiri dari tahun 2011. Di tempat ini mereka yang ingin mengenal Kpop secara mendalam diajak untuk saling berbagi pengetahuan dan pengalaman terhadap musik Kpop melalui kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan setiap tahunnya di komunitas mereka dan melibatkan Kpopers luar kota.

Dalam perjalanan komunitas ini, Komunitas Kpopers Palangka Raya menjadi pusat interaksi dari anggotanya dan pula orang-orang awam yang ingin mengenal Kpop. Dari mulai berbagi informasi mengenai perilisan album musik terbaru, berita terkini, budaya Korea Selatan, sampai penjualan souvenir dari idola dan gaya hidup.

Perilaku Komunikasi Komunitas Palangka Raya

Untuk mengetahui perilaku Komunitas Kpopers Palangka Raya dalam membangun loyalitas pada idola mereka tersebut, dapat dilihat kegiatan yang dilakukan oleh komunitas Kpopers Palangka Raya untuk dapat mendukung idolanya, kegiatan yang dilakukan biasanya merupakan kegiatan yang juga dikaitkan dengan gaya hidup dan kebudayaan Korea Selatan, hal ini dikarenakan idola Kpop sangat memegang erat budaya yang mereka miliki.

Adapun kegiatan komunikasi yang dilakukan Komunitas Kpopers Palangka Raya, beedasarkan hasil penelitian, dibagi menjadi empat kategori, yaitu festival, seminar, kompetisi dan publikasi. Keempat acara ini untuk musisi Kpop lainnya dan budaya Korea Selatan dan pula sebagai wadah promosi untuk mengenalkan musik Kpop dan budaya Korea Selatan kepada sesama anggota dan publik yang baru, dengan harapan minat terhadap musik Kpop dan budaya Korea Selatan dapat dikenal dan disukai di daerah mereka, yaitu Kota Palangka Raya. Acara demi acara yang diikuti dilakukan secara bertahap tentunya. Pendekatan dilakukan secara terstruktur mulai dari mengenalkan kebudayaan hingga bagaimana musik Kpop serta saling berbagi informasi mengenai Album musik sebagai bentuk kembalinya masing-masing idola mereka itu sendiri. Dan apapun dari jenis festival yang ikuti dan peragakan disesuaikan dengan tema acara yang diikuti pula.

Gambaran tentang kegiatan dari Komunitas Kpopers Palangka Raya ini dalam membangun loyalitas ditampilkan dalam tabel berikut.

Tabel 1. Kegiatan Komunikasi Komunitas Kpopers Palangka Raya

Kategori Kegiatan Komunikasi	Bentuk Kegiatan yang Dilakukan
Festival	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Akai On Hallyu Festival</i> • <i>Korean Wave Blossom</i> • <i>Kpop Holiday Fest</i>
Workshop	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Workshop Cosplay</i> • <i>Beauty Class Korean</i> • <i>The Arteworks City</i> • <i>Community Day</i>
Publikasi	<ul style="list-style-type: none"> • Internet • Hubungan dengan Media Sosial
Kompetisi	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Kpop Cover Dance Competition</i> • <i>Kpop Sing Cover Competition</i>

Perilaku komunikasi Komunitas Kpopers Palangka Raya dalam membangun dan mempertahankan loyalitas kepada idolanya ditunjukkan pada dua pihak, yaitu internal dan eksternal.

Komunikasi Internal

Komunikasi ini bertujuan agar mewujudkan kebersamaan di dalam menjaga konsistensi terhadap dukungan terhadap idola Kpop melalui karya musik yang dikeluarkan idola Kpop. (Purwaningwulan & Prayogo, 2017). Dan komunikasi pada kalangan internal ini adalah bentuk penguatan visi dan misi Komunitas Kpopers Palangka Raya untuk mempertahankan loyalitas kepada idola Kpop (Susanti & Nurtania, 2017).

Komunitas Kpopers Palangka Raya terdiri dari remaja hingga dewasa. Dan dalam pengelolaan komunitas ini agar dapat memudahkan komunikasi yang dilakukan tersebut di komunitas ini tidak memberikan peran namun membentuk semua anggotanya yang memiliki fandom (kumpulan penggemar) tertentu untuk dapat masuk menjadi satu kesatuan keluarga di lingkup komunitas Kpopers Palangka Raya, seperti para anggotanya tidak dibatasi dan dibedakan karena perbedaan kegemaran terhadap suatu idola Kpop itu sendiri. Dan ini menjadikan komunitas Kpopers Palangka Raya memiliki solidaritas dan loyalitas tinggi serta konsisten dalam mendukung idola Kpop.

Dalam perilaku dan sistem nilai yang ditanamkan dalam berkomunikasi ini adalah kebersamaan, mengingatkan, senda gurau, dan saling menghargai. Dalam menjalankan aktivitasnya pula, Untuk memudahkan koordinasi komunitas ini, telah dipilih beberapa individu yang berperan penting dalam berjalannya komunitas Kpopers Palangka Raya, meskipun mereka tidak memiliki struktur organisasi formal. Sebagai salah satu pendiri Komunitas Kpopers Palangka Raya, Ria Rafika berperan sebagai juru bicara segala hal yang berhubungan dengan pihak luar. Misalnya komposisi paduan suara internal dan komunikasi dengan internal cerito set, media komunikasi, dan media.

Dan karena komunitas Kpopers Palangka Raya mayoritas berlatar belakang pecinta budaya Korea, maka tidak jarang berbicara Bahasa Korea terkadang diselingi dengan bahasa Indonesia, terlihat dari kebiasaan mereka menyapa orang yang lebih tua dari dirinya, Oppa, Unnie, Hyung, dan Nuna.

Komunikasi Eksternal

Komunikasi pada pihak luar dari komunitas Kpopers Palangka Raya pun tidak kalah pentingnya dengan komunikasi internal, karena dengan komunikasi dengan pihak luar inilah maka upaya membangun loyalitas dan kedekatan sebagai wadah promosi dan sosialisasi mengenai Idola mereka dapat terlaksana. Dan ada pula sasaran komunikasi pada pihak luar berdasarkan penelitian, terbagi kepada publik, kolega, dan sponsor yang di mana sebagai pemberi dana segar untuk tiap event komunitas. Adapun inti pesan komunikasi yang ingin disampaikan pun merupakan ajakan agar ikut serta membangun loyalitas terhadap para penggemar dan idola.

Gambaran singkat tentang tujuan utama komunikasi yang dilakukan Komunitas Kpopers Palangka Raya pada pihak luar ini disajikan dalam tabel:

Tabel 2. Tujuan Komunkasi pada pihak eksternal

No.	Khalayak	Tujuan Komunikasi
1	Publik	• Membangun dan meningkatkan keinginan masyarakat (non pecinta Kpop)
2	Kolega	• Sebuah ajakan dalam bersama membangun tujuan agar meneruskan dukungan untuk Idola
3	Sponsor	• 투자 <i>Tuja</i> ,, atau memperoleh dukungan partisipasi serta kontribusi untuk kesuksesan tiap acara

Bentuk komunikasi pada pihak eksternal ini dilakukan lewat kegiatan-kegiatan agar dapat membangun opini publik. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan antara lain melalui festival, workshop, dan publikasi. Hal ini dilakukan pula untuk membentuk sebuah *brand image* yang diinginkan. Di lain hal,

saluran komunikasi yang terbanyak dipakai oleh Komunitas Kpopers Palangka Raya ini adalah melalui tatap muka atau bertemu secara langsung.

Pesan Komunikasi (*Communication Message*)

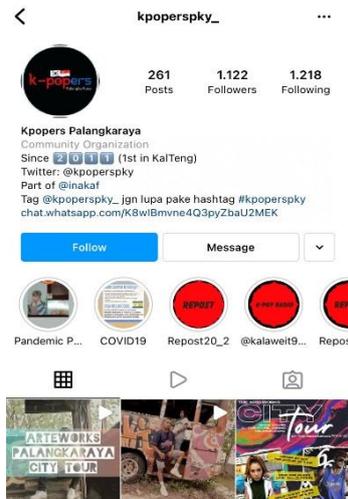
Pesan komunikasi yang dikirimkan kepada komunitas non Kpopers yaitu komunitas Kpopers Palangka Raya dapat berupa pesan verbal maupun non verbal, dengan pesan non verbal ditujukan untuk komunitas tersebut. Dan dilihat dari pantauan, komunitas Kpopers Palangka Raya telah diisi dengan kegiatan berupa festival dan pameran.

Tabel 3. Perilaku Komunikasi Komunitas Kpopers Palangka Raya di dalam menyampaikan pesan pada khalayak sasaran

No.	Khalayak	Perilaku Komunikasi
1	Masyarakat/Publik	<ul style="list-style-type: none"> • Canda senda gurau dalam tiap kegiatan event. • Tampil dengan menarik di tiap pertunjukkan. • Menggunakan busana khas berupa Hanbok.
2	Sesama para anggota Komunitas Kpopers Palangka Raya	<ul style="list-style-type: none"> • Kebersamaan dengan tidak adanya perbedaan perlakuan di antar anggota. • Canda saat berkumpul. • Menghargai antar anggota komunitas dengan cara memberikan komentar positif dan tidak menjatuhkan kelompok pecinta atau fandom penggemar lain.
3	Mitra	<ul style="list-style-type: none"> • Saling berbagi informasi • Menghargai • Kerjasama
4	Sponsor	<ul style="list-style-type: none"> • Ajakan <i>Tuja</i>, Penggalangan dana kolektif, baik dari anggota komunitas ini sendiri, maupun dari sponsor di luar komunitas. • Menjelaskan Menjadi komunitas atau sponsor acara mendatang untuk mendukung pelaksanaan setiap acara.

Media Sosialisasi (*Socialization Media*)

Selain melalui kegiatan, Komunitas Kpopers Palangka Raya pula memanfaatkan berbagai media informasi tersedia, beberapa media yang dimanfaatkan sebagai alat saluran sosialisai ini yaitu internet, media massa dan spanduk/pamflet. Komunitas Kpopers Palangka Raya sangat sering memanfaatkan internet sebagai saluran sosialisasi berbagi informasi terkini idola. Media yang paling sering digunakan adalah melalui media jejaring sosial Instagram, yang di dalamnya mengunggah konten-konten aktivitas dan informasi kegiatan terbaru yang akan diselenggarakan. Juga sebagai media interaktif sesama anggota.



Gambar 1. Tampilan akun Instagram Komunitas Kpopers Palangka Raya
Sumber: www.instagram.com/kpoperspky_

Media sosial merupakan saluran komunikasi yang cukup efektif untuk memberikan informasi itu sendiri. Media merupakan saluran terhadap komunikasi sosial bagi Komunitas Kpopers Palangka Raya. Menurut Ria Rafika, Orang yang mengetahui komunitas ini ada secara online ataupun elektronik biasa datang atau mengundang Komunitas Kpopers Palangka Raya sebagai narasumber dalam beberapa kegiatan. Dan komunitas Kpopers Palangka Raya sendiri membuat dan menggunakan spanduk atau pamflet sebagai media untuk memberikan informasi tentang keberadaan komunitas tersebut kepada pihak luar atau pada setiap acara yang diselenggarakan oleh komunitas itu sendiri. Digunakan untuk mengisi stand pameran dan kegiatan workshop. Dalam bentuk yang lebih *eye-catching*, menjadikan keberadaan komunitas ini jelas bagi pengunjung dan pengunjung venue.



Gambar 2. Spanduk Komunitas Kpeprs Palangka Raya
Sumber: www.instagram.com/kpoperspky_

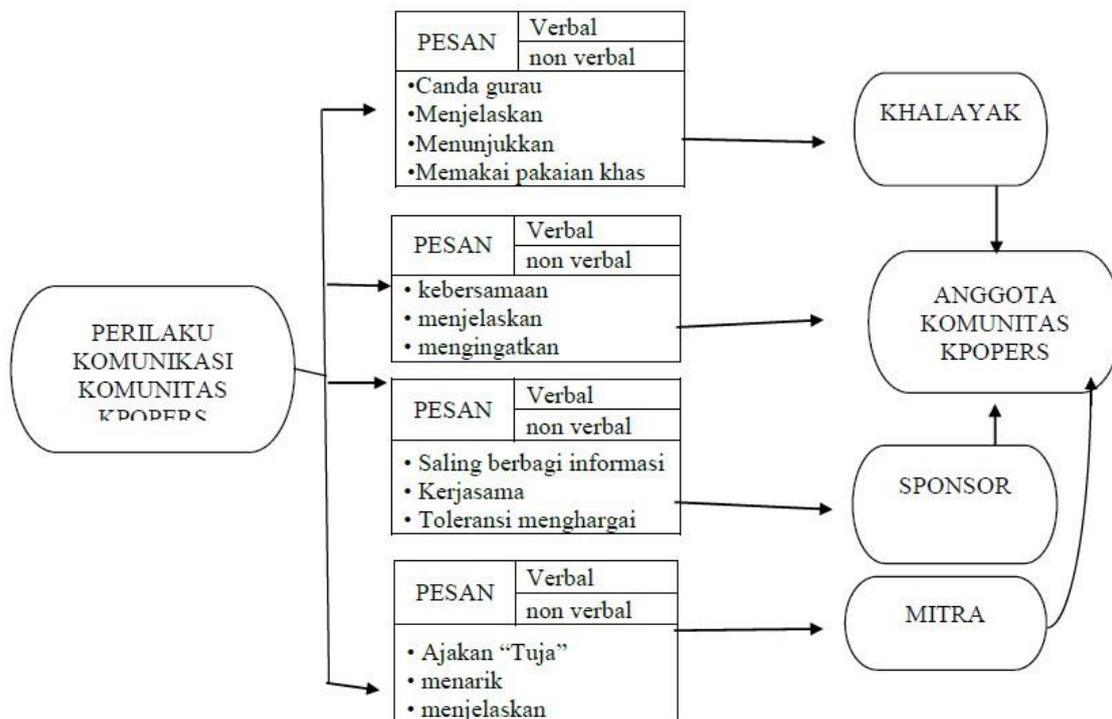
Sebagai wadah media sosialisasi lainnya, komunitas Kpopers Palangka Raya juga memiliki media khusus seperti brosur. Namun, seringkali komunitas ini bersifat sukarela ketika dalam posisi aktif. Ria Rafika berkata:

“Kita sudah memiliki sebuah Brosur, cuma untuk komunikasi atau alat khusus saat eksekusi di lapangan sendiri tidak ada, maka dari itu keseluruhan biasanya secara spontanitas saja, semisal ada yang bertanya album musik Kpop idolanya atau merch idola Kpop itu bagaimana? Kita bakal memberitahu di lapangan, tidak disiapkan.”

Sementara untuk pembiayaan dalam berlangsungnya Komunitas Kpopers Palangka Raya ini biasa sebagai sumber dana sebagian besar dari dana pribadi, seperti yang diucapkan oleh Ria Rafika:

“selama ini untuk keberlangsungan dari Komunitas Kpopers Paalangka Raya ini sebagian besarnya adalah dana pribadi, tapi kadang dibantu dari yang mengundang kita Komunitas Kpopers untuk tampil dan hal itu cukup membantu jalannya Komunitas Kpopers Palangka Raya ini. Tapi itu cuma membantu saat acara, dan selesainya tidak ada drop sumber dana khusus.”

Perilaku komunikasi adalah sebuah tindakan maupun kegiatan dalam melakukan proses komunikasi seperti menerima atau menyebarkan informasi bahkan mencari informasi pula. Lalu perilaku komunikasi itu sendiri sangat dipengaruhi pula oleh siapa yang menjadi lawan bicara atau komunikan? Dan berdasarkan hal tersebut lah hasil identifikasi dari perilaku komunikasi yang dilakukan Komunitas Kpopers Palangka Raya dituju 4 (empat) pengelompokkan besar komunikan itu sendiri, yaitu: (1) Publik/non Kpopers, (2) sesama anggota Komunitas Kpopers Palangka Raya, (3) mitra sesama pecinta musik Kpop, dan (4) sponsor. Maka model perilaku komunikasi Komunitas Kpopers Palangka Raya dalam membentuk loyalitas kepada idola dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 3. Model perilaku komunikasi komunitas Kpopers Palangka Raya dalam membangun loyalitas dan dukungan untuk Idola Kpop

Sumber: Rancangan Peneliti

Perilaku komunikasi dari apa yang dilakukan oleh Komunitas Kpopers Palangka Raya terhadap komunikan adalah satu kesatuan, yaitu pihak-pihak yang diajak berkomunikasi saling berkaitan di dalam pelaksanaan. Dan juga, komunitas Kpopers Palangka Raya ini menjadi pelaku yang utama dalam melakukan peran vital untuk membentuk loyalitas dan sumber dukungan untuk keberhasilan idolanya. Serta tidak lupa pula ada beragam kegiatan perilaku komunikasi yang dimaksudkan oleh Komunitas Kpopers Palangka Raya pada pihak eksternal agar mendukung aktivitas dari komunitas ini, yang akhirnya akan sampai dititik kembali pada komunitas Kpopers Palangka Raya yang bertujuan untuk bentuk dukungan dari para komunikan. Dan perilaku ini pula diumpamakan sebagai lingkaran tak

berujung sebagai sistem saling berkaitan dalam rangka bentuk dukungan dan loyalitas dari para penggemar kepada Idolanya yang dilakukan Komunitas Kpopers Palangka Raya itu sendiri.

Kesimpulan

Beragam perilaku komunikasi Komunitas Kpopers Palangka Raya dalam membentuk sebuah ikatan loyalitas ke idola tersebut dilakukan sesuai dengan komunikasi yang dituju agar tujuan yang ingin dicapai sesuai harapan. Perilaku komunikasi yang dilakukan Komunitas Kpopers Palangka Raya ditujukan ke dalam dan ke luar komunitas. Perilaku komunikasi ke pihak internal yang ditujukan untuk menggalang kebersamaan dilakukan melalui perilaku dan sistem nilai yang terdiri dari kebersamaan, canda & senda gurau, koordinasi, mengajarkan, dan pula saling menghargai. Sedangkan perilaku komunikasi ke pihak eksternal yang ditujukan untuk membangun opini publik, dilakukan workshop, festival dan publikasi untuk membentuk brand image yang diinginkan. Adapun perilaku komunikasi yang ditujukan kepada pihak luar komunitas disesuaikan dengan tujuan yang ingin dicapai dalam berkomunikasi dengan komunikasi yang dituju.

Media yang digunakan untuk menyosialisasikan Komunitas Kpopers Palangka Raya dan pula kegiatannya, terdiri dari media massa, stiker, dan banner. Melalui media-media tersebut, aktivitas promosi dan komunikasi antara penggemar sesama anggota Kpopers Palangka Raya dapat terus berlangsung, karena pihak-pihak yang mengetahui keberadaan Komunitas Kpopers di Kota Palangka Raya ini menjadi bertambah luas dan undangan untuk mengisi berbagai kegiatan berdatangan dengan demikian upaya membentuk loyalitas pada idola Kpop dapat berkelanjutan.

Hal yang dapat direkomendasikan dari penelitian ini adalah perlu adanya optimalisasi media internet untuk mengenalkan Komunitas Kpopers Palangka Raya lebih luas. Media sosial yang tersedia belum dioptimalkan untuk mendukung sosialisasi Komunitas Kpopers Palangka Raya.

Daftar Pustaka

- Andansari, Y. (2015). *K-Pop Wave*. x, 1–26.
- Gunawan, M. (2013). Penerimaan Penggemar SNSD terhadap Kecantikan SNSD dalam Video Klip Gee. *Jurnal E-Komunikasi*, 1, 11.
- Kurniawati, I., Wulan, R. R., Pamungkas, I. N. A., & Telkom, U. (2017). Pola Komunikasi Pertemuan Offline Komunitas Insta Nusantara Bandung Communication Patterns of Insta Nusantara Bandung. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 5(1), 31–42.
- Mogot, Y. (2020). Aktivitas Komunikasi Masyarakat Hindu Tamil Dalam Upacara Thaipusam Di Singapura. *Jurnal Common*, 3(2), 216–228. <https://doi.org/10.34010/common.v3i2.2605>
- Mulyana, D. (2017). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar (Revisi)*. Remaja Rosdakarya.
- Nurudin. (2019). *Social Identity of Millennial Generation: A Study on K-Pop Community of College Student*. 349(Iccd), 407–409. <https://doi.org/10.2991/iccd-19.2019.107>
- Purwaningwulan, M. M., & Prayogo, H. (2017). Aktivitas Komunikasi Tari Kanjet Anyam Tali Suku Dayak Kenyah. *Jurnal Common*, 1(1). <https://doi.org/10.34010/common.v1i1.244>
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common*, 3(1), 71–80. <https://ojs.unikom.ac.id/index.php/common/article/view/1950>
- Rismawaty, R., & Deria, N. (2021). Tindakan Komunikasi Dalam Tradisi Mauludan Di Desa Kemuja Kabupaten Mendo Barat Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. *Jurnal Common*, 4(2), 216–229. <https://doi.org/10.34010/common.v4i2.4437>
- Rogers, E. M., Singhal, A., & Quinlan, M. M. (2019). Diffusion of innovations. In *An Integrated Approach to Communication Theory and Research, Third Edition*. <https://doi.org/10.4324/9780203710753-35>
- Ruben, B. D., Hamad, I., & Stewart, L. P. (2013). *Komunikasi dan perilaku manusia* (1st ed.). Rajawali

Pers.

- Sidik, A. P., & Sanusi, N. (2019). Pola Komunikasi Mahasiswa Di Media Sosial. *Jurnal Common*, 3(1), 26–33. <https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1949>
- Susanti, S., & Nurtania, Y. (2017). Model Perilaku Komunikasi Komunitas Hong dalam Melestarikan Permainan dan Mainan Tradisional Sunda. *Komuniti*, 9(2), 126–145.
- Tunshorin, C. (2016). Analisis Resepsi Budaya Populer Korea Pada Eternal Jewel Dance Community Yogyakarta. *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 9(1). <https://doi.org/10.14421/pjk.v9i1.1191>
- Wahyono, E. (2018). Komunikasi Kelompok: Studi Dialog Komunitas Dalam Pengembangan Masyarakat di Perkotaan. *Nyimak (Journal of Communication)*, 2(2), 113–130. <https://doi.org/10.31000/nyimak.v2i2.961>
- Wulandari, T. A. (2017). Internet Dalam Kajian Komunikasi Antarbudaya. *Jurnal Common*, 1(1). <https://doi.org/10.34010/common.v1i1.243>