

PERSEPSI PENGGEMAR SEVENTEEN TENTANG KOMUNIKASI INTERPERSONAL YANG TERJADI DI MEDIA SOSIAL WHATSAPP (GRUP CHAT WHATSAPP CARAT)

SEVENTEEN FAN'S PERCEPTION ABOUT INTERPERSONAL COMMUNICATION ON WHATSAPP SOCIAL MEDIA (WHATSAPP CARAT GROUP CHAT)

Versatile Holiday Lado

Universitas Katolik Soegijapranata
Jl. Pawiyatan Luhur IV/1, Semarang 50234
email : versatileholiday@gmail.com

Abstract

Interpersonal communication is a form of communication with the concept of self-familiarity carried out by two or more people, either directly or indirectly. Interpersonal communication shows communication activities that not only prioritize the content but also the relationships that exist. During the process, communicators foster mutual perceptions of the communication they do. In addition, perceptions are formed because of the similarity to the interests of communicators. Kpop music is currently taking over the public's attention, which is certainly not far from the activities of its fans. CARAT, which is the name for fans of SEVENTEEN - a boy group from South Korea has carried out interpersonal communication activities indirectly through the WhatsApp feature, namely WhatsApp Chat Groups. During the communication process, perceptions are formed among individuals who are members of the group. This study aims to look at the perception of SEVENTEEN fans on interpersonal communication that occurs in WhatsApp chat groups. For this reason, the research conducted is a descriptive study with a qualitative approach. Data collection was carried out by means of in-depth interviews with open and flexible questions to CARATs who joined the WhatsApp chat group and other documentation as secondary data. The results of this study indicate that CARAT has a good perception of CARAT interpersonal communication that occurs in WhatsApp chat groups through the characteristics of the effectiveness of interpersonal communication.

Keywords : *interpersonal communication, perception, K-pop fandom*

Abstrak

Komunikasi interpersonal merupakan salah satu bentuk komunikasi dengan konsep pengakraban diri yang dilakukan oleh dua orang atau lebih baik secara langsung maupun tidak langsung. Komunikasi interpersonal memperlihatkan aktivitas komunikasi yang tidak hanya mengutamakan isinya melainkan juga hubungan yang terjalin. Selama proses tersebut, pelaku komunikasi saling menumbuhkan persepsi terhadap komunikasi yang mereka lakukan. Selain itu, persepsi terbentuk karena adanya kesamaan terhadap minat pelaku komunikasi. Musik Kpop sekarang ini mengambil alih perhatian masyarakat yang tentu tidak jauh dari aktivitas penggemarnya. CARAT yang merupakan sebutan bagi penggemar SEVENTEEN – boy group asal Korea Selatan telah melakukan aktivitas komunikasi interpersonal secara tidak langsung melalui fitur WhatsApp yaitu Grup Chat WhatsApp. Selama proses komunikasi tersebut, terbentuklah persepsi diantara individu yang tergabung dalam grup tersebut. Penelitian ini, bertujuan untuk melihat persepsi penggemar SEVENTEEN terhadap komunikasi interpersonal yang terjadi di grup chat WhatsApp. Untuk itu, penelitian yang dilakukan merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara secara mendalam dengan pertanyaan terbuka dan bersifat fleksibel terhadap CARAT yang bergabung dalam grup chat WhatsApp serta

dokumentasi lainnya sebagai data sekunder. Hasil penelitian ini menunjukkan CARAT memiliki persepsi yang baik terhadap komunikasi interpersonal CARAT yang terjadi di grup chat WhatsApp melalui karakteristik keefektifan komunikasi interpersonal.

Kata Kunci : komunikasi interpersonal, persepsi, fandom K-pop

PENDAHULUAN

Komunikasi merupakan hal yang penting bagi kehidupan sosial manusia. Hal ini dikarenakan kita perlu berinteraksi dalam menciptakan hubungan dalam bersosial. Hal ini sejalan dengan pernyataan “..ketika suatu hubungan tertentu antara orang menjadi berkembang, komunikasi menjadi bergeser dari yang asalnya dangkal (*shallow*) dan tidak intim, berkembang menjadi lebih personal atau lebih intim” (Bahfiarti, 2012). Bahwa komunikasi merupakan proses mental dimana pelaku komunikasi bertukar pikiran melalui saluran yang tepat. Proses mental yang dimaksud merupakan saling pengertian satu sama lain dimana cenderung terjadi jika pelaku komunikasi memiliki latar belakang yang sama, pengalaman yang sama, rujukan dan referensi yang sama (Panuju, 2018).

Komunikasi diketahui sebagai proses penyampain pesan yang diharapkan adanya feedback atau umpan baik sehinggaterjadi interaksi. Misalnya dalam komunikasi interpersonal yang digunakan dalam penyampaian pesan secara pribadi oleh kedua belah pihak dengan adanya feedback yang terus-menerus membentuk komunikasi yang intim dan akrab.

Komunikasi interpersonal merupakan salah satu bentuk komunikasi yan terjadi secara pribadi baik langsung maupun tidak langsung oleh dua orang atau lebih dengan unsur daling mempengaruhi dan pengakraban diri (Mubarok & Andjani, 2014). Melihat perkembangan teknologi hingga sekarang, komunikasi interpersonal tidak hanya dilakukan dengan percaapan tatap muka saja tetapi juga melalui banyak mediaum seperti media sosial, web platform atau aplikasi yang dirancang untuk berkomunikasi. Komunikasiinterpersoanal yang merupakan bentuk komunikasi pribadi bukan hanya membicarakan tentang isi percakapan tetapi juga berkaitan dengan hubungan atau relationship. Hal tersebut dikarenakan konsep penagkraban diri oleh pelaku komunikasi.

Komunikasi interpersonal dibangun atas dasar subsistem, salah satunya persepsi dimana hal tersebut merupakan carapandang individu terhadap suatu objek. Menurut Engel & Koalat (1978) (dalam Liliweri, 2017), persepsi merupakan proses yang ditimbulkan dari penerimaan rangasangan melalui indera yang kemudia ditafsirkan. Melalui persepsi, kita dapat menyimpulkan apa yang telah diseleksi dalam waktu tertentu. Hal ini penting diketahui karena pandangan perilaku orang-orang tersebut bukanlah menjadi sebuah realitas melainkan hanya sebagai objek atau situasi yang diamati (Simbolon, 2008).

Persepsi dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu internal maupun eksternal. Faktor internal yang dimaksud seperti motif, nilai-nilai, minat, sikap, pengalaman masa lalu dan harapan. Sedangkan faktor eksternal mencakup intensitas, gerakan, ukuran, kebaruan dan interes. Salah satu yang menjadi pengaruh persepsi yang sering terjadi adalah karena adanya minat dimana karena minat setiap individu berbeda makan persepsi yang ditimbulkan pun berbeda (Dwi, 2016). Minat yang dimaksudkan adalah bentuk perhatian terhadap sesuatu yang membuat individu tersebut merasa senang. Misalnya seseorang menyukai satu jenre musik maka perhatiannya akan tertuju pada jenre musik tersebut.

Jenre musik yang saat ini ramai diminati adalah Korean Pop Music atau K-pop. Kpop merupakan jenre musik asal Korea Selatan yang meliputi berbagai gaya seperti pop, hip-hop, rap, rock R&B dan elektronik (Leung, 2012). Tidak hanya sebagai jenre musik, Kpop juga berbicara mengenai tarian, penampilan, visual dan semua yang menyangkut idola-idolanya. Banyaknya peminat musik K-pop, terbentuklah istilah Kpop fandom yang merupakan istilah untuk kumpulan penggemar. Penggemar K-pop yang tergabung dalam fandom adalah mereka yang melakukan kegiatan penggemar sebaya wujud dukungan untuk idolanya seperti mendengarkan lagu, menonton *music video*, menonton konser, membeli *merchandise* ataupun melakukan *voting*. Selain itu, antar penggemar juga saling berinteraksi dengan bergabung dalam fanbase idola yang ditemui di media sosial dan saling menandai atau memberi komentar terhadap postingan yang diunggah (Rinata & Dewi, 2019).

Salah satu fandom yang melakukan aktivitas penggemar seperti demikian adalah CARAT dimana merupakan sebutan bagi mereka yang menidolakan boy group SEVENTEEN. CARAT saling berinteraksi baik secara langsung maupun tidak langsung. Interaksi yang dilakukan secara langsung seperti bertemu untuk membuat proyek bersama misalnya ulang tahun salah satu anggota SEVENTEEN. Adapun secara tidak langsung seperti melalui media sosial, website fandom maupun platform resmi. Interaksi antar penggemar pun beragam seperti memberikan informasi terkait dengan idola, menerjemahkan artikel dalam bahasa Korea ke bahasa Inggris atau bahasa Indonesia, membagikan hasil karya gambar yang berkaitan dengan idola, membuat cerita fiksi hingga hanya menjadi penggemar biasa (Afifah & Kusuma, 2019).

Media sosial yang biasa digunakan CARAT dalam berinteraksi adalah *WhatsApp Messenger*. Aplikasi yang sering dikenal dengan WA ini, merupakan aplikasi pengirim pesan yang dapat digunakan dengan adanya koneksi internet dan memiliki berbagai fitur seperti panggilan suara, panggilan video, mengirim dokumen, foto, video. Dalam menggunakan aplikasi ini, CARAT memanfaatkan fitur grup chat untuk berkomunikasi secara sekaligus. Grup chat yang dibentuk membantu CARAT dalam berkomunikasi dengan sesama CARAT yang berasal dari berbagai kalangan usia, asal, agama dan banyak keragaman lainnya.

Melihat aktifitas penggemar yang dilakukan CARAT, menjadikannya sebagai fandom yang memiliki komunikasi yang baik oleh penggemar K-pop yang lain. Dilihat dari situs Quora – situs tanya-jawab Amerika – yang ditulis dalam sebuah forum, CARAT dinyatakan sebagai fandom yang tidak pernah memulai konflik terhadap sesama CARAT maupun fandom lain dan tidak memiliki hubungan tidak sehat terhadap idolanya.

Bergerak dari latar belakang diatas, penulis mengangkat judul penelitian **Persepsi Penggemar SEVENTEEN Tentang Komunikasi Interpersonal yang Terjadi di Media Sosial WhatsApp (Group Chat WhatsApp CARAT)**. Kesamaan minat yang mempengaruhi persepsi CARAT mengenai komunikasi interpersonal yang telah dilakukan melalui grup chat WhatsApp merupakan tujuan penelitian ini yaitu mengetahui persepsi CARAT tentang komunikasi interpersonal. Penelitian ini diharapkan dapat menjelaskan pemahaman mengenai persepsi individu yang dipengaruhi oleh minat sama dan juga CARAT dapat melihat persepsi yang ditimbulkan selama komunikasi interpersonal itu berjalan melalui grup chat WhatsApp.

Beberapa penelitian telah dilakukan yang memiliki relevansi dengan penelitian ini, antara lain: penelitian yang dilakukan oleh Lussy Dwiutami Wahyuni dan Fellianti Muzdaligah (2010) yang berjudul Persepsi Mahasiswa Terhadap Komunikasi Antarpribadi Dosen Pembimbing Skripsi dalam Proses Bimbingan Skripsi. Penelitian ini membahas komunikasi yang dilakukan dosen

pembimbing berdasarkan persepsi mahasiswa akhir. Kesimpulan yang diambil dalam penelitian ini yaitu mahasiswa telah membentuk persepsi yang baik terhadap dosen pembimbing sehingga tidak ada kendala dalam menyusun skripsi.

Penelitian lainnya disusun oleh Eza Okta Afifah dan Triarona Kusuma (2019) yang berjudul Analisis Komunikasi Antar Penggemar 'Seventeen' sebagai 'Cyber Fandom' Di Twitter. Penelitian ini menyimpulkan bahwa para penggemar SEVENTEEN memanfaatkan media Twitter sebagai wadah komunikasi dan menyebarkan informasi terkait SEVENTEEN. Aktivitas ini pun membentuk kelompok yang disebut sebagai *Cyber Fandom* di media Twitter.

Penelitian terakhir, berjudul Perilaku Konsumsi Budaya dan Konsumsi Media Kpop di Kalangan Remaja Perempuan Kota Malang oleh Frida Kusumastuti dan Vina Salviana D. S. (2020). Penelitian ini menyimpulkan bahwa KPop merupakan budaya yang menjadi bahan konsumsi bagi gaya hidup remaja melalui pengalaman, berbagai ekspresi dan hubungan penggemar sebagai keluarga.

Karakteristik Keefektifan Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal yang baik adalah komunikasi yang dilakukan secara efektif. Menurut DeVito, komunikasi yang efektif adalah komunikasi yang meliputi keterbukaan, empati, sikap mendukung, perasaan positif dan kesetaraan. (1) Keterbukaan merupakan sifat individu dimana secara sadar menceritakan atau membagikan tentang dirinya. Biasanya hal dimagikan adalah hal yang disembunyikan atau yang tidak disukai. (2) Empati merupakan sifat yang memposisikan diri terhadap apa yang dialami oleh orang lain. Dapat juga dikatakan bahwa kemampuan dalam memahami pandangan orang lain. (3) Sikap mendukung yang merupakan pondasi bagi dua karakteristik sebelumnya yaitu keterbukaan dan empati. Kedua karakteristik tersebut tidak akan muncul jika tidak berlandaskan sikap mendukung. Sikap mendukung yang dimaksud adalah tidak menghakimi atau tidak menyalah individu benar atau salah sehingga orang lain akan merasa dianggap dan dihargai. (4) Perasaan positif merupakan hal yang paling utama dalam berkomunikasi karena hal ini menentukan bagaimana komunikasi itu berjalan untuk ke depannya. Dengan kata lain, adanya perasaan positif mendorong orang lain untuk terus berkomunikasi sehingga berjalan menyenangkan. (5) Kesetaraan yang mana sikap untuk menghargai perbedaan yang ada dalam lingkungan komunikasi.

Persepsi dan Faktor yang Mempengaruhinya

Persepsi dalam komunikasi interpersonal merupakan proses dimana individu menangkap apa yang didengar dan dilihat dalam komunikasi interpersonal yang berlangsung dimana persepsi tersebut dipengaruhi oleh faktor internal maupun eksternal.

Menurut Schermerhorn (Simbolon, 2008), faktor internal dan faktor eksternal dijabarkan sebagai berikut:

- i. *The Perceiver* (orang yang memberi persepsi)
- ii. *Setting* (pengaturan)
- iii. *The Perceived* (orang atau objek yang dilihat/dinilai)

METODOLOGI PENELITIAN

Sesuai dengan tujuan penelitian yaitu menjelaskan persepsi penggemar SEVENTEEN tentang komunikasi interpersonal yang terjadi di Grup Chat Whatsapp CARAT, maka penelitian menggunakan metode penelitian deskriptif pendekatan kualitatif. Metode ini digunakan karena data yang dikumpulkan bukan berupa angka melainkan kumpulan kalimat yang menjawab rumusan masalah. Selain itu, dikarenakan penelitian ini mencari persepsi sehingga penelitian kualitatif sangat dibutuhkan untuk mendapatkan pemahaman yang detail dan mendalam.

Penelitian ini dilakukan selama 5 bulan terhitung dari Juli 2021 hingga Oktober 2021 dengan lokasi penelitian di grup chat Whatsapp CARAT. Data dikumpulkan melalui wawancara terjadwal yang dilakukan melalui voice call Whatsapp dengan 12 informan yang dipilih berdasarkan kriteria yang ditentukan yaitu seorang CARAT (penggemar SEVENTEEN) yang berusia minimal 16 tahun dan bergabung dalam grup Whatsapp CARAT untuk saling berinteraksi. Hal ini menjadi kriteria dikarenakan pada usia ini, sudah terlihat kemampuan dalam memahami orang lain baik menyangkut sifat, minat maupun perasaan sehingga mendorong untuk lebih akrab (Fatmawaty, 2017). Jumlah informan bersifat fleksibel, dapat diubah, ditambah dan dikurangi sesuai kecukupan informasi.


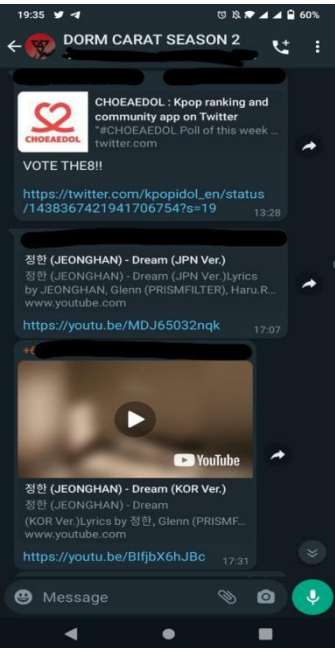
Analisis data dilakukan dengan tiga tahap yaitu reduksi data yaitu penyederhanaan data yang sudah dikumpulkan, display data yaitu penyajian data untuk melihat secara keseluruhan dan yang terakhir adalah verifikasi atau kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

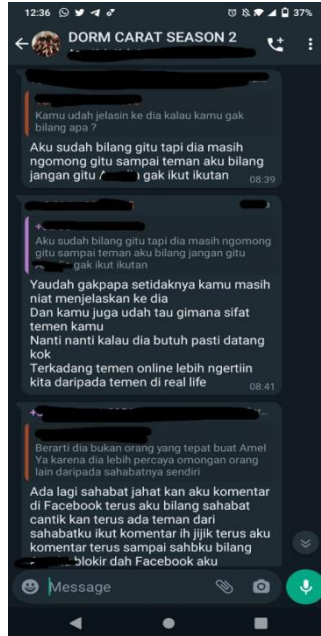
Obrolan CARAT di Grup Chat Whatsapp

Penggunaan sehari-hari menjadikan Whatsapp sebagai media komunikasi yang banyak digunakan dengan dukungan fitur-fitur seperti mengirimkan gambar, video, melakukan panggilan suara, panggilan video baik antar personal maupun kelompok. Sehingga CARAT menggunakan Whatsapp sebagai media interaksi mereka untuk saling membagikan informasi terkait SEVENTEEN maupun pribadi mereka sendiri.

Tabel 1 Obrolan CARAT di Grup Chat

Obrolan CARAT di Grup Chat	Gambar	Penjelasan
Membagikan unggahan idola		<p>Para anggota grup chat CARAT akan membagikan unggahan idola mereka. Ketika salah satu member mengunggah konten berupa foto atau video, maka salah satu anggota GC akan mengirimkan ulang hanya sekedar menginformasikan bahwa idola mereka sudah menunggah konten baik melalui Instagram, Twitter atau Weverse (aplikasi komunikasi antara penggemar dan idola). Hal ini dilakukan karena beberapa anggota ada yang tidak menggunakan media sosial seperti yang dimiliki idolanya.</p>
Ajakan dukungan		<p>Seperti layaknya seorang penggemar, tentu mendukung idola merupakan salah satu aktivitas utama. Para anggota grup chat akan saling mengajak untuk mendukung konten atau karya idolanya seperti lagu baru, music video atau konten hiburan lainnya. Selain itu, mereka juga membagikan link voting di grup sehingga anggota grup dapat ikut berpartisipasi dalam mendukung SEVENTEEN atau member dalam sebuah penghargaan dimana terdapat nama</p>

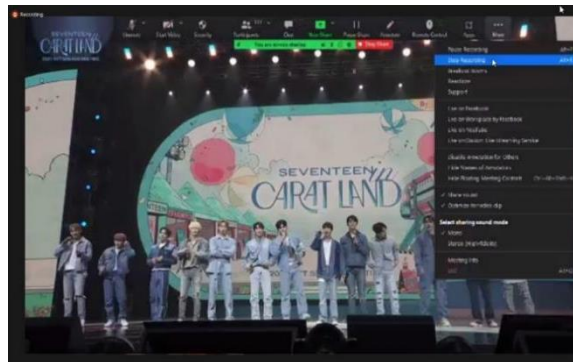
Membagikan pengalaman pribadi



SEVENTEEN dalam daftar nominasi.

Tidak hanya membagikan hal-hal mengenai SEVENTEEN, tetapi juga mereka membagikan pengalaman pribadi mereka di grup chat. Pengalaman tersebut seperti pengalaman sehari-hari, misalnya tentang kegiatan di sekolah, aktivitas saat bekerja. Adapun pengalaman lain yang bersifat pribadi seperti masalah pertemanan, masalah keluarga atau masalah percintaan mereka. Para anggota saling terbuka menceritakan pengalaman pribadi mereka dan anggota lainnya akan merespon dengan baik dengan memberikan saran jika dibutuhkan.

Membuat proyek bersama



Selain aktivitas mendukung, para anggota juga saling berinteraksi salah satunya dengan membuat proyek bersama. Proyek bersama yang dimaksud seperti merayakan ulang tahun member SEVENTEEN, merayakan anniversary SEVENTEEN dan CARAT, menonton konser bersama, dan sebagainya.

Sumber: Tangkapan layar



Gambar 1 Tampilan Ruang Obrolan GC CARAT

Dalam obrolan tersebut, juga terjadi kesalahpahaman di grup chat WhatsApp CARAT karena adanya perbedaan yang ada seperti usia, asal, pendapat dan pikiran. Kesalahpahaman yang terjadi biasanya pada anggota yang berusia 17 tahun ke atas terhadap anggota yang berusia 17 tahun ke bawah. Kesalahpahaman terjadi karena adanya obrolan atau candaan yang kurang nyambung. Namun, hal itu tidak membuat obrolan mereka berhenti, melainkan para anggota grup saling mengenal karakter masing-masing dan mencoba untuk memahami.

Kesalahpahaman lainnya, datang dari ketika pembicaraan keluar dari topik. Beberapa grup chat menerapkan peraturan untuk tetap membahas SEVENTEEN dan CARAT sehingga dihimbau untuk tidak membicarakan diluar hal tersebut yang mungkin menyinggung anggota grup chat yaitu CARAT.

Karakteristik Komunikasi Interpersonal CARAT di Grup Chat Whatsapp

Berdasarkan konsep komunikasi interpersonal yaitu mengakrabkan diri, CARAT telah memenuhi hal tersebut melalui percakapan di grup chat Whatsapp. Hal ini semakin efektif dikarenakan adanya karakteristik keefektifan komunikasi interpersonal merujuk pada pernyataan De Vito, sebagai berikut:

- i. Keterbukaan; melalui percakapan di ruang obrolan GC Whatsapp, CARAT secara terbuka membagikan pengalaman mereka baik itu tentang kehidupan sehari-hari obrolan menjelaskan konsep keterbukaan yaitu secara sadar mengungkapkan informasi mengenai dirinya bahkan hal yang membuatnya tidak disukai.
- ii. Empati; melalui obrolan di grup chat Whatsapp, CARAT menunjukkan bentuk empati mereka dengan merespon setiap pesan yang berisi tentang SEVENTEEN atau cerita para anggota. Bentuk empati yang ditunjukkan melalui kata-kata penyemangat, saran ataupun sekedar stiker Whatsapp yang mendeskripsikan perasaan mereka.
- iii. Sikap mendukung; melalui grup chat Whatsapp CARAT, para anggota memberikan suasana mendukung sehingga para anggota yang tergabung merasa nyaman untuk berinteraksi. Sikap mendukung yang dimaksud adalah menerima para anggota dan tidak mengkhini. Hal ini dikarenakan, para anggota merupakan individu yang mencari teman untuk bercerita dimana kemungkinan perasaan diterima belum didapatkan di dunia nyata. Sikap mendukung lainnya yaitu mendukung para anggota grup yang membuat karya atau proyek tentang SEVENTEEN. Bentuk dukungannya yang ditunjukkan dengan ikut berpartisipasi atau sekedar mengapresiasi.
- iv. Perasaan positif; perasaan ini datang setelah komunikasi interpersonal dilakukan. Melalui grup chat Whatsapp CARAT, para anggota mendapatkan hal positif seperti mendapatkan teman baru, perasaan adanya keluarga kedua dan juga tempat

bercerita. Hal positif inilah yang membuat percakapan di grup chat Whatsapp menjadi menyenangkan.

- v. Kesetaraan; CARAT yang tergabung dalam grup chat Whatsapp berasal dari berbagai latar belakang dari usia, asal, tingkat pendidikan dan juga asalnya. Namun perbedaan yang dimiliki memberikan pengalaman baru bagi para anggota. Misalnya, mereka dapat berbagai pengalaman tentang asal mereka masing-masing atau saling membantu jika ada yang merasa kesusulitan dengan kegiatan sekolah mereka.

Faktor yang Mempengaruhi Persepsi CARAT

Setelah melakukan komunikasi interpersonal CARAT membentuk persepsi dari [a yang dilihat dan dirasakan. Persepsi tersebut dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Merujuk pada Schemerhorn, berikut faktor yang mempengaruhi persepsi

- i. *The Perceiver* (yang mempersepsi); berkaitan dengan pengalaman masa lalu, kepribadian, keinginan/motivasi dan juga sikap. Para anggota grup chat Whatsapp CARAT memiliki pengalaman terhadap fandom lain sehingga pengalaman tersebut menjadi “perbandingan” komunikasi yang dilakukan CARAT. Selain itu, adanya keinginan dari CARAT untuk memperoleh banyak teman melalui media sosial. Hal ini membentuk persepsi mereka tentang komunikasi interpersonal CARAT yaitu seperti teman.
- ii. *Setting* (pengaturan); berkaitan lingkungan sosial atau organisasi. Tentu yang bergabung dalam grup chat Whatsapp CARAT adalah mereka yang memiliki kesamaan dalam hal ketertarikan yaitu boy grup SEVENTEEN. Karena kesamaan ini, percakapan yang dilakukan mereka menjadi beragam dan menyenangkan.
- iii. *The Perceived* (yang dinilai/dilihat); intensitas, pemisah latar belakang individu ataupun peristiwa. Selama proses komunikasi yang dilakukan melalui grup chat Whatsapp, para anggota sangat intens dalam berinteraksi. Hal ini terlihat dari jumlah pesan yang belum terbaca dimana sehari bisa mencapai 300-1000 pesan. Selain itu, selama proses komunikasi berlangsung terjadi peristiwa yang berkaitan dengan SEVENTEEN dan CARAT. Misalnya pada 2021 terjadi rumor yang tidak mengenakkan terkait salah satu member SEVENTEEN. Para anggota di grup chat akan saling mengingatkan untuk tidak membesarkan masalah di sosial media, melainkan tenang dan menunggu konfirmasi agensi. Hal ini menjadi faktor yang mempengaruhi persepsi CARAT mengenai sikap CARAT dalam menanggapi masalah.

Persepsi CARAT tentang Komunikasi Interpersonal di Grup Chat Whatsapp CARAT

- i. Berkomunikasi layaknya keluarga
Intensitas komunikasi interpersonal, keterbukaan dan perasaan empati menjadikan CARAT dalam grup chat berkomunikasi layaknya keluarga. Keluarga yang dimaksudkan adalah setiap individu yang berada di dalamnya merasa saling bergantung satu sama lain dan memiliki perasaan yang sama dalam hal identitas. Aktivitas obrolan CARAT di grup chat CARAT seperti berbagi cerita, memberikan kesan terhadap masing-masing juga berbagi pengalaman tentang idola mereka merupakan bentuk komunikasi layaknya keluarga bagi mereka. Hal ini menjadi jawaban atas pernyataan Joseph A. Devito bahwa komunikasi interpersonal terjadi

ketika hubungan individunya salingbergatung satu sama lain seperti kelompok kecil yang akrab layaknya keluarga.

- ii. Komunikasi sebagai “teman online”
Melalui grup chat Whatsapp, CARAT benayak menemukan teman-teman baru dengan kesukaan yang sama yaitu mengidolakan SEVENTEEN. Selain itu, dari anggota grup mereka juga menemukan teman sefrekuensi. Paar anggota grup chat merasakan adanya hal positif, dilihat dari komunikasi mereka yang bukan sekedar satu fandom melainkan layaknya teman lama yang saling mendukung satu sama lain.
- iii. Fandom terdamai
Komunikasi interpersonal yang dilakukan CARAT di grup chat Whatsapp membentuk persepsi bahwa CARAT adalah fandom terdamai. Hal ini tidak hanya di kalangan CARAT, melainkan di fandom ini dinyatakan demikian. Fandom terdamai dalam artian memiliki hubungan yang tidak sehat baik itu terhadap fandom lain maupun idolanya. CARAT sendiri merasakannya saat terjadi konflik yang berkaitan dengan SEVENTEEN maupun CARAT. Komunikasi interpersonal yang baik yaitu memberikan koordinasi kepada CARAT dalam menghadapi masalah mejadikan CARAT sebagai fandom yang damai.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, CARAT sudah membentuk persepsi tentang komunikasi interpersonal di grup chatWhatsApp CARAT. Hal ini dilihat dari karakteristik keefektifan komunikasi interpersonal yaitu keterbukaan, empati, sikap mendukung, perasaan positif dan kesetaraan.

Dari kelima karakteristik tersebut, persepsi CARAT tentang komunikasi interpersonal yang terjadi di grup chat WhatsApp CARAT adalah komunikasi yang dilakukan layaknya keluarga yang saling terbuka satu sama lain untuk saling berbagi cerita tentang keseharian mereka sebagai penggemar maupun tentang pribadi mereka masing-masing juga saling memberikan empati dan dukungan serta saling bergantung satu sama lain layaknya teman lama walaupun secara daring. Terakhir, komunikasi interpersoanal yang telah dilakukan di grup chat WhatsApp membuat CARAT berpersepsi fandom yang damai atau baik dalam menyikapi keadaan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penelitian ini mendapatkan hasil yang baik dan berjalan lancar karena bantuan dan dukungan yang didapatkan. Maka peneliti mengucapkan terima kasih kepada keluarga, dosen pembimbing dari Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Soegijapranata, dan seluruh narasumber.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, E. O., & Kusuma, T. (2019). Analisis Komunikasi Antar Penggemar Seventeen Sebagai Cyberfandom Di Twitter. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 12(1), 71–80.
<https://doi.org/10.29313/mediator.v12i1.4624>

- Bahfiarti, T. (2012). *Buku Ajar Dasar-Dasar Teori Komunikasi*. Universitas Hasanuddin Makassar.
- Dwi, P. C. (2016). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Tenaga Medis Dan Paramedis Terhadap Kesehatan Dan Keselamatan Kerja (K3) Di Rumah Sakit Tugurejo Semarang* [Universitas Dian Nuswantoro]. <http://eprints.dinus.ac.id/19103/>
- Fatmawaty, R. (2017). Memahami Psikologi Remaja. *Jurnal Reforma*, 2(1), 55–65. <https://doi.org/10.30736/rfma.v6i2.33>
- Leung, S. (2012). Catching the K-Pop Wave: Globality in the Production, Distribution and Consumption of South Korean Popular Music. *Senior Capstone Projects*, 149. <https://core.ac.uk/download/pdf/9412145.pdf>
- Liliwari, A. (2017). *Komunikasi Antarpersonal* (Edisi I). KENCANA, Prenada Media.
- Mubarok, & Andjani, M. D. (2014). Komunikasi Antarpribadi Dalam Masyarakat Majemuk. In S. Dradjat (Ed.), *Dapur buku*. Dapur Buku.
- Panuju, R. (2018). *Pengantar Studi (Ilmu) Komunikasi: Komunikasi sebagai Kegiatan, Komunikasi sebagai Ilmu*. KENCANA, Prenada Media.
- Rinata, A. R., & Dewi, S. I. (2019). Fanatisme Penggemar Kpop Dalam Bermedia Sosial Di Instagram. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(2), 13. <https://doi.org/10.14710/interaksi.8.2.13-21>
- Simbolon, M. (2008). Persepsi dan Kepribadian. *Jurnal Ekonomis*, 1(1), 52–66. <https://jurnal.unai.edu/index.php/jeko/article/view/516>