

Analisis Komunikasi Asosiatif dan Disosiatif Antara SEVENTEEN dan Carat Di Weverse

Azzahra Woro Kinanti^{1*}, Dani Fadillah¹

¹Ilmu Komunikasi, Universitas Ahmad Dahlan, Indonesia

*email: 2200030334@webmail.uad.ac.id

DOI: [10.31603/bcrev.14023](https://doi.org/10.31603/bcrev.14023)

Abstrak

Penelitian ini mengkaji komunikasi asosiatif dan disosiatif antara grup SEVENTEEN dan penggemarnya, Carat, di platform Weverse. Aplikasi seperti Weverse membuat hubungan antara idol dan penggemar semakin dinamis di era digital, memungkinkan komunikasi dua arah melalui unggahan, komentar, dan */live*. Tetapi pola komunikasi ini sering mencampur dukungan positif dengan konflik potensial, yang belum banyak dibahas di fandom Indonesia. Rumusan masalah difokuskan pada cara komunikasi asosiatif (dukungan, solidaritas) dan disosiatif (teguran, batas privasi) muncul dalam interaksi dan bagaimana hal ini berdampak pada kohesi komunitas digital. Untuk observasi yang berlangsung dari Desember 2024 hingga Juni 2025, metode kualitatif yang menggunakan etnografi virtual dan analisis isi diterapkan. Ini menggunakan triangulasi data dari screenshot dan catatan lapangan. Hasil menunjukkan pola yang berbeda: asosiasi melalui dukungan (seperti Dino's "*chanranghae*") dan komedi (seperti Vernon-Carats), disosiatif melalui teguran halus (seperti S. Coups, Woozi terhadap candaan yang tidak pantas). Negosiasi makna simbolik memperkuat loyalitas dan norma, menurut teori interaksi simbolik. Di Weverse, komunikasi membentuk dinamika fandom yang sehat melalui keseimbangan asosiatif (memperkuat ikatan emosional) dan disosiatif (menjaga batas etika). Ini membantu studi komunikasi digital dan strategi industri hiburan.

Kata Kunci: Komunikasi Asosiatif; Komunikasi Disosiatif; SEVENTEEN; Carat; Weverse

Abstract

This research examines the associative and dissociative communication between the group SEVENTEEN and its fans, Carat, on the Weverse platform. Apps like Weverse have made the relationship between idols and fans increasingly dynamic in the digital age, enabling two-way communication through posts, comments, and live streams. However, this communication pattern often blends positive support with potential conflict—an issue that

has not been widely discussed within the Indonesian fandom. The research question focuses on how associative communication (support, solidarity) and dissociative communication (reprimands, privacy boundaries) emerge in interactions and how this impacts the cohesion of the digital community. For observations conducted from December 2024 to June 2025, a qualitative method employing virtual ethnography and content analysis was applied. This utilized data triangulation from screenshots and field notes. The results reveal distinct patterns: associative communication through support (such as Dino's "chanranghae") and humor (such as Vernon-Carats), and dissociative communication through subtle reprimands (such as S. Coups and Woozi addressing inappropriate jokes). The negotiation of symbolic meaning reinforces loyalty and norms, according to symbolic interaction theory. On Weverse, communication fosters healthy fandom dynamics through a balance of associative (strengthening emotional bonds) and dissociative (maintaining ethical boundaries) interactions. This contributes to studies of digital communication and entertainment industry strategies.

Keywords: *Associative Communication; Dissociative Communication; SEVENTEEN; Carat; Weverse*

Article information: [date-month-years]

Submitted: 07-07-2025; **Revised:** 29-04-2026; **Accepted:** 10-05-2026; **Available Online:** 15-07-2026

1. Pendahuluan

Dalam kajian yang dilakukan oleh Dita dan Indriastuti (2024) menjelaskan bahwa komunikasi terdiri dari beberapa jenis: komunikasi dengan diri sendiri (*intrapersonal communication*), komunikasi massa (*mass communication*) (Diva & Indriastuti, 2024) komunikasi publik, dan komunikasi antarpribadi (Nurhidayat & Garis, 2023). Komunikasi interpersonal terjadi antara dua orang atau lebih dan memiliki kemungkinan setiap orang yang terlibat menangkap dan menafsirkan pesan komunikator secara langsung, baik verbal maupun non-verbal (Sarmiati, 2019). Komunikasi interpersonal juga biasa dilakukan antara idol K-Pop dengan penggemar mereka. Para musisi asal Korea Selatan disebut sebagai idol. Selain itu, seorang idol merupakan seniman yang harus memiliki banyak keterampilan dan kemampuan, terutama dalam hal menari dan bernyanyi, berbeda dengan penyanyi solo, *influencer*, *dancer*, dan artis lainnya (Tofani, 2023).

Dalam era digital yang semakin berkembang, interaksi antara artis dan penggemar tidak lagi terbatas pada pertemuan langsung atau media konvensional seperti televisi dan radio. Dengan adanya platform digital khusus penggemar seperti Weverse, komunikasi antara idol dan penggemar menjadi lebih dinamis, memungkinkan keterlibatan yang lebih dekat dan interaktif. Salah satu grup K-Pop yang memanfaatkan platform ini adalah SEVENTEEN, yang memiliki basis penggemar setia bernama Carat. Interaksi yang terjadi antara SEVENTEEN dan Carat di Weverse tidak hanya memperkuat hubungan emosional tetapi juga membentuk pola komunikasi yang menarik untuk dianalisis. Studi ini akan mengeksplorasi bagaimana komunikasi asosiatif dan disosiatif terjadi dalam interaksi antara SEVENTEEN dan Carat di Weverse, serta dampaknya terhadap dinamika komunitas penggemar.

Seperti yang dilakukan antara idol K-Pop yang bernama SEVENTEEN dengan penggemar mereka Carat di Weverse. SEVENTEEN sendiri merupakan artis K-Pop generasi ke-3 yang saat ini sedang naik daun secara global, dengan memiliki 13 anggota. Selain itu, Seventeen sendiri terbagi menjadi 3 sub-unti, yang setiap unit nya memilik *leader*, yaitu S.Coups sebagai *leader* dari hip-hop unit dan *leader* utama *group* dengan anggota Wonwoo; Mingyu; dan Vernon, lalu Woozi sebagai *leader* dari vocal unit yang beranggotakan Jeonghan; Joshua; DK; dan Seungkwan. Kemudian yang terakhir Hoshi sebagai *leader* dari performance unit yang beranggota Jun, The8, dan Dino. Adapun special unit yang dimiliki oleh SEVENTEEN, yaitu BSS (BooSeokSoon) yang menjadi *leader* Lee Seokmin (nama asli DK) dan anggotanya Boo Seungkwan (nama asli dari Seungkwan) dan Kwon Soonyoung (nama asli dari Hoshi). SEVENTEEN debut pada tanggal 26 Mei 2015 dan bernaung di Pledis Entertainment yang sekarang sudah tergabung dengan Hybe Labels pada tahun 2020 lalu.

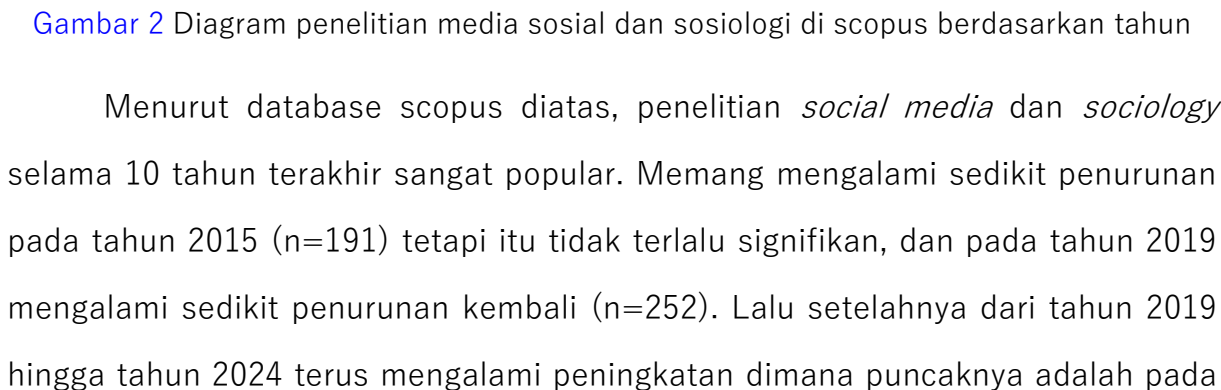
Dengan bergabungnya SEVENTEEN dengan Hybe Labels membuat SEVENTEEN ikut bergabung kedalam platform digital Weverse untuk

berkomunikasi dengan Carat. Weverse (sebelumnya bernama beNX) merupakan aplikasi yang dikembangkan oleh anak perusahaan teknologi Hybe, yaitu Weverse Company yang resmi diluncurkan sejak tanggal 10 Juni 2019 lalu. Aplikasi Weverse ini dibuat untuk penggemar agar bisa berinteraksi lebih dekat dengan idol mereka melalui fitur-fitur yang ada di Weverse (Saldyni, 2021). Melalui Weverse, anggota SEVENTEEN sering membagikan keseharian mereka ataupun menyapa Carat melalui fitur komunitas atau *live streaming*. Selain SEVENTEEN, Carat juga bisa membagiakan kegiatan mereka melalui fitur komunitas maupun fitur *fan latter* yang digunakan untuk mengirim surat kepada SEVENTEEN.

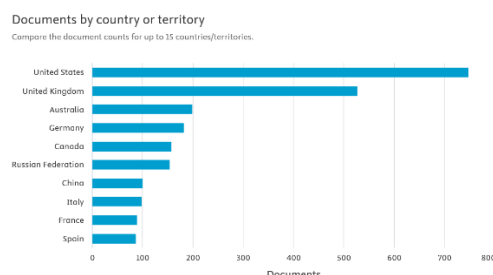
Pentingnya penelitian ini terletak pada pemahaman bagaimana pola komunikasi dalam komunitas penggemar dapat mempengaruhi loyalitas, solidaritas, serta dinamika sosial yang berkembang dalam ruang digital. Komunikasi asosiatif, yang mencakup interaksi positif seperti dukungan, pujian, dan solidaritas, menjadi elemen penting dalam membangun hubungan yang harmonis antara SEVENTEEN dan Carat. Sementara itu, komunikasi disosiatif, yang melibatkan ketegangan, kritik, atau bahkan konflik antaranggota komunitas, juga merupakan bagian dari realitas interaksi di ruang digital. Menurut John Lewis Gillin dan John Philip Gillin, proses yang menghasilkan persatuan dan integrasi sosial (asosiatif) dikenal sebagai interaksi sosial disosiatif.

Oleh karena itu, interaksi sosial asosiatif biasanya menggambarkan kondisi masyarakat yang stabil, selaras, penuh persatuan, dan aman dari pelanggaran norma atau nilai. Oleh karena itu, interaksi sosial asosiatif didefinisikan sebagai proses atau jenis interaksi yang mendorong pembentukan keteraturan sosial (Sofiyana et al., 2021) . Dengan memahami kedua bentuk komunikasi ini, penelitian ini dapat memberikan wawasan tentang bagaimana komunitas penggemar mempertahankan keseimbangan antara interaksi positif dan tantangan yang muncul dalam komunitas daring. Berikut pada [gambar 1](#).

Menurut data diatas yang diperoleh dari database scopus dalam kurun waktu 2014-2024 dengan menggunakan kata kunci *social media* dan *sociology* yang diterbitkan dalam jurnal internasional ditemukan tujuh *cluster* dengan total 250 kajian. Jadi berdasarkan data ini yang diambil dari database scopus, penelitian yang berkaitan dengan *social media* dan *sociology* sudah ada dengan ditandai warna merah dan kedua kata kunci tersebut berada di *cluster* pertama yang artinya banyak penelitian sebelumnya yang menggunakan kata kunci *social media* dan *sociology* dan ada satu penelitian terdahulu yang membahas mengenai komunikasi asosiatif dan disosiatif antara SEVENTEEN dan Carat di Weverse pada tahun 2023 lalu. Berikut pada [gambar 2](#).



tahun 2024, di mana penelitian *social media* dan *sociology* (n=379). Berikut pada gambar 3.



Gambar 3 Diagram penelitian media sosial dan sosiologi di scopus berdasarkan negara

Masih melalui database scopus, ada 10 besar negara yang memiliki penelitian tentang *social media* dan *sociology*. Yang pertama dipimpin oleh Amerika Serikat (n=747), Inggris atau Britania Raya (n=527), Australia (n=198), Jerman (n=181), Kanada (n=157), Rusia (n=153), China (n=100), Italia (n= 98), Prancis (n=89), dan terakhir ada Spanyol (n=86). Dan untuk penelitian *social media* dan *sociology* dari Indonesia tidak termasuk ke dalam 10 besar penelitian di bidang ini. Bahkan penelitian *social media* dan *sociology* dari Indonesia berada di 30 besar (n=30). Dengan demikian penelitian ini dapat menambah jumlah koleksi penelitian *social media* dan *sociology* dari Indonesia.

Novelti penelitian ini terletak pada fokus analisis komunikasi asosiatif dan disosiatif dalam interaksi artis dan penggemar di platform digital khusus, sesuatu yang masih jarang dieksplorasi dalam kajian komunikasi digital dan studi fandom. Sebagian besar penelitian sebelumnya lebih banyak berfokus pada bagaimana fandom membentuk identitas kolektif atau bagaimana media sosial digunakan untuk membangun keterlibatan penggemar secara umum. Namun, penelitian ini mengarah pada pemahaman yang lebih dalam tentang bagaimana komunikasi di dalam fandom tidak selalu berjalan harmonis, melainkan juga melibatkan aspek-aspek kompleks seperti negosiasi makna, kontrol narasi, dan bahkan konflik dalam ruang interaksi virtual.

Dibandingkan dengan penelitian sebelumnya, penelitian ini menawarkan perspektif baru dalam beberapa hal. Pertama, penelitian ini tidak hanya menyoroti bentuk keterlibatan positif dalam komunitas penggemar, tetapi juga menganalisis bagaimana interaksi negatif terjadi dan bagaimana komunitas mengelola dinamika tersebut. Kedua, penelitian ini secara khusus berfokus pada platform Weverse, yang merupakan ruang eksklusif bagi penggemar untuk berinteraksi langsung dengan idola mereka, berbeda dengan platform media sosial umum seperti Twitter atau Instagram. Ketiga, penelitian ini menggunakan pendekatan komunikasi asosiatif dan disosiatif untuk memahami bagaimana hubungan dalam fandom berkembang, sesuatu yang masih jarang diterapkan dalam studi komunikasi digital.

KAJIAN PUSTAKA

Dengan menggunakan aplikasi publish or perish dengan kata kunci Weverse dalam kurun waktu 2014-2024 ditemukan lima naskah terbaik yang membahas mengenai Weverse, sebagaimana yang terdapat dalam tabel 1.

Cites	Authors	Title	Year
35	HU Beralldy, SI Wahjono	Fintek di Weverse	2024
16	WF Putra, P Febriana	Penggunaan Aplikasi Digital Weverse sebagai New Media Interaksi antara Artis/Idol K- Pop dengan Para Penggemarnya Using the Weverse Digital ...	2023

16	S Luthfina, I Irwansyah	Studi fenomenologi: penggunaan aplikasi weverse shop oleh ARMY	2020
16	N Indriani, RS Kusuma	Interaksi sosial fandom army di media sosial weverse	2022
16	A Syafikarani	Analisis Strategi Digital Marketing dalam Pemasaran Album K-Pop (Studi Kasus: Weverse Shop– BTS)	2021

Tabel 1 publikasi terdahulu

Yang pertama adalah penelitian dari HU Beralldy dan SI Wahjono dengan judul “Fintek di Weverse” pada tahun 2024 lalu. Penelitian ini menekankan pada studi tentang teknologi keuangan (fintek) yang digunakan di Weverse, sebuah media sosial yang didedikasikan untuk komunikasi antara artis K-Pop dan penggemarnya. Yang kedua, penelitian dari WF Putra dan P Febriana dengan judul “Penggunaan Aplikasi Digital Weverse sebagai New Media Interaksi antara Artis/Idol K-Pop dengan Para Penggemarnya Using the Weverse Digital ...” pada tahun 2023. Penelitian ini menekankan untuk melihat bagaimana peran aplikasi digital Weverse sebagai New Media dalam hubungan interaksi antara Artis atau Idol K-Pop dengan para penggemarnya. Serta memahami apa saja efek-efek yang ditimbulkan dalam penggunaan aplikasi digital Weverse.

Yang ketiga, penelitian dari S Luthfina dan I Irwansyah dengan judul “Studi fenomenologi: penggunaan aplikasi weverse shop oleh ARMY” pada tahun 2020. Penelitian ini menekankan pada analisis konstruksi sosial teknologi dalam pembuatan media baru, terutama penggunaan aplikasi Weverse Shop oleh ARMY, penggemar BTS. Yang keempat, penelitian dari N Indriani dan RS Kusuma dengan judul “Interaksi sosial fandom army di media sosial weverse” pada tahun 2022. Penelitian ini menekankan pada proses di mana anggota fandom ARMY berinteraksi satu sama lain melalui platform media sosial resmi Weverse.

Yang terakhir, ada penelitian dari A Syafikarani dengan judul “Analisis Strategi Digital Marketing dalam Pemasaran Album K-Pop (Studi Kasus: Weverse Shop–BTS)” pada tahun 2021. Penelitian ini menekankan evaluasi metode marketing digital yang digunakan oleh BigHit Official Shop (melalui aplikasi Weverse Shop) untuk memasarkan album K-Pop, terutama BTS. Dari sekian penelitian terdahulu hanya satu yang sudah membahas mengenai komunikasi asosiatif dan disosiatif yang terjadi antara SEVENTEEN dan Carat di Weverse. Selain itu, rata-rata membahas mengenai layanan jual beli yang ada di aplikasi Weverse yaitu Weverse Shop.

Dalam analisis ini, beberapa teori komunikasi digunakan untuk memahami pola komunikasi yang terjadi antara SEVENTEEN dan Carat di Weverse. Teori Interaksi Simbolik menjadi salah satu teori utama yang digunakan untuk menganalisis bagaimana makna dibangun dan dinegosiasikan dalam interaksi antara penggemar dan idola. Teori ini menjelaskan bahwa komunikasi bukan sekadar pertukaran pesan, tetapi juga proses di mana individu dan kelompok membentuk identitas dan relasi sosial berdasarkan simbol-simbol yang mereka gunakan dalam interaksi mereka ([Handoyo, 2015](#)). Selain itu, Teori Komunikasi Kelompok digunakan untuk memahami bagaimana dinamika kelompok berkembang dalam komunitas fandom, terutama dalam menangani komunikasi yang bersifat asosiatif maupun disosiatif. Teori ini dapat membantu menjelaskan

bagaimana norma, hierarki, dan mekanisme sosial dalam fandom terbentuk serta bagaimana komunitas menanggapi konflik atau perbedaan pendapat di antara anggotanya (Derung, 2017).

KERANGKA TEORI

Studi terhadap relasi komunikasi antara selebriti atau idol dengan para penggemar dalam ekosistem media digital tidak hanya melibatkan pendekatan teknis tentang medium yang digunakan, tetapi juga menuntut eksplorasi atas relasi sosial yang terbangun di dalamnya (Flinchum et al., 2024). Salah satu dimensi konseptual yang relevan dalam konteks ini adalah teori mengenai komunikasi asosiatif dan disosiatif, yang berakar pada pemikiran klasik dalam sosiologi dan terus berkembang dalam studi komunikasi kontemporer (Kim, 2007). Teori ini memfasilitasi pemahaman terhadap bagaimana komunikasi memproduksi, mereproduksi, atau bahkan mendestabilisasi ikatan sosial antarindividu atau kelompok dalam suatu ranah interaksi tertentu (Kelshaw, 2005)—dalam hal ini, platform Weverse sebagai ruang temu antara idol SEVENTEEN dan fandom mereka, Carat.

Secara ontologis, konsep komunikasi asosiatif dan disosiatif bersumber dari pemikiran-pemikiran awal Georg Simmel dan Emile Durkheim tentang bentuk-bentuk hubungan sosial, yang kemudian dielaborasi lebih lanjut dalam konteks komunikasi oleh sejumlah pemikir komunikasi dan budaya. Komunikasi asosiatif merujuk pada proses-proses interaksi yang memperkuat solidaritas, kohesi sosial, dan keterhubungan emosional antaranggota komunitas (Jennissen et al., 2022). Dalam relasi ini, komunikasi menjadi alat pemersatu, menjembatani perbedaan, dan memfasilitasi munculnya perasaan kolektif yang berakar pada empati, kesamaan nilai, serta tujuan bersama. Sebaliknya, komunikasi disosiatif mencerminkan bentuk interaksi yang memperlebar jarak simbolik, menciptakan segregasi, serta menumbuhkan eksklusi atau bahkan polarisasi (Seligman &

[Kirmayer, 2008](#)). Bentuk komunikasi ini bisa hadir melalui ekspresi dominasi simbolik, pembentukan batas identitas, atau wacana yang menekankan perbedaan dan hierarki antara aktor-aktor komunikasi.

Dalam konteks Weverse, yang merupakan platform komunikasi daring berbasis fandom, kedua bentuk komunikasi ini dapat hadir secara simultan dan tumpang tindih. Interaksi yang terjadi antara idol SEVENTEEN dan Carat tidak bisa dipahami hanya sebagai komunikasi satu arah atau sekadar relasi media, tetapi harus dilihat sebagai praktik sosial yang melibatkan negosiasi identitas, afeksi kolektif, serta pembentukan batas simbolik antara “kita” dan “mereka”. Dalam komunikasi asosiatif, misalnya, konten yang diunggah oleh anggota SEVENTEEN—baik dalam bentuk pesan, foto, atau komentar—dapat dimaknai sebagai bentuk penguatan ikatan emosional antara idol dan penggemarnya. Ucapan terima kasih, ekspresi kerinduan, atau pembagian kehidupan sehari-hari bukan hanya sekadar informasi, melainkan juga tindakan simbolik yang memperkuat perasaan kedekatan dan keanggotaan dalam komunitas simbolik bernama fandom.

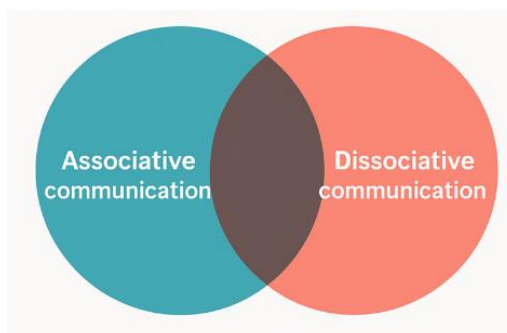
Namun, dalam dinamika yang sama, komunikasi disosiatif juga berpotensi hadir. Ini dapat terwujud ([Osborne et al., 2015](#)) misalnya, dalam batas akses antara idol dan penggemar, bahasa eksklusif yang hanya dipahami oleh segelintir pengguna, atau munculnya kelompok sub-fandom yang bersifat kompetitif di dalam Carat itu sendiri. Di samping itu, tidak semua konten yang diunggah mendapatkan respons yang seragam—sebagian pengguna mungkin merasa terwakili, sementara yang lain merasa tersingkirkan. Fenomena semacam ini menunjukkan bahwa komunikasi digital dalam ruang fandom tidak selalu bersifat inklusif dan harmonis, melainkan juga dapat mengandung elemen eksklusi dan stratifikasi ([Lee & Park, 2025](#)).

Dalam penelitian ini, kerangka teori komunikasi asosiatif-disosiatif akan difungsikan untuk menguraikan dua kutub dinamika komunikasi dalam Weverse ([Lee & Park, 2025](#)). Fokusnya adalah pada bagaimana interaksi yang dilakukan

oleh idol SEVENTEEN dan tanggapan atau partisipasi dari fandom Carat membentuk jaringan makna yang memperkuat atau melemahkan kohesi komunitas fandom. Teori ini memungkinkan pengungkapan tidak hanya pada intensi komunikatif yang eksplisit, tetapi juga pada muatan simbolik yang implisit dalam teks dan praktik interaksi. Dengan demikian, konten yang ditampilkan dan dibagikan tidak hanya dibaca dari sisi isi, melainkan dari maknanya dalam kerangka relasi sosial yang terbentuk.

Lebih jauh lagi, pendekatan asosiatif-disosiatif dapat dikombinasikan secara produktif dengan teori komunikasi simbolik ([Dariusz, 2022](#)), di mana makna diproduksi melalui tanda-tanda yang ditafsirkan secara intersubjektif dalam sebuah komunitas budaya. Fandom dalam konteks ini berperan bukan hanya sebagai penerima pesan, tetapi sebagai aktor budaya yang aktif menciptakan narasi, membentuk ritus, dan bahkan mengonstruksi identitas bersama. Oleh karena itu, Weverse tidak hanya menjadi ruang komunikasi, melainkan arena produksi makna kolektif yang dilandasi afeksi, loyalitas, dan ekspektasi—semuanya mengandung kemungkinan untuk membentuk solidaritas maupun fragmentasi.

Penggunaan analisis isi dalam penelitian ini akan diarahkan untuk mengidentifikasi bentuk-bentuk komunikasi yang memperlihatkan fungsi asosiatif dan disosiatif secara eksplisit dan implisit. Melalui pemetaan topik, gaya bahasa, frekuensi tanggapan, serta pola umpan balik antara idol dan penggemar, akan terlihat bagaimana intensi dan dampak komunikasi tersebut terbentuk. Interaksi yang merayakan keberagaman pengalaman penggemar, yang mengakomodasi suara-suara marjinal dalam fandom, atau yang memperkuat perasaan kolektif, akan diposisikan sebagai komunikasi asosiatif. Sebaliknya, konten yang memunculkan batas hierarkis, sentimen superioritas antaranggota fandom, atau kecenderungan eksklusivisme budaya dapat dibaca sebagai bagian dari komunikasi disosiatif. Berikut pada [gambar 4](#).



Gambar 4 Diagram Venn yang menggambarkan fungsi ganda Weverse sebagai media komunikasi asosiatif (yang membangun kedekatan dan solidaritas) dan disosiatif (yang menciptakan jarak dan batasan) dalam interaksi antara idol SEVENTEEN dan fandom Carat.

Dengan menerapkan teori ini dalam kerangka penelitian terhadap Weverse, studi ini bertujuan untuk mengelaborasi secara lebih dalam relasi kuasa simbolik dan emosi kolektif dalam budaya fandom digital. Relasi antara idol dan fandom tidak sekadar dibentuk oleh interaksi komunikasi semata, tetapi juga merupakan manifestasi dari praktik sosial yang kompleks, di mana teknologi, afeksi, identitas, dan kekuasaan saling bersinggungan dan saling membentuk. Teori komunikasi asosiatif dan disosiatif, dalam hal ini, menyediakan alat konseptual yang esensial untuk membedah ambiguitas antara kedekatan dan jarak, antara kebersamaan dan keterpisahan, dalam ruang komunikasi yang tampak intim namun tetap ditentukan oleh struktur-struktur sosial tertentu.

Tujuan penelitian ini untuk mengidentifikasi pola komunikasi asosiatif (seperti dukunga, solidaritas, dan humor) dan komunikasi disosiatif (seperti teguran halus, penegasan batas privasi, dan konflik ringan) yang terjadi antara SEVENTEEN dan Carat di platform Weverse selama periode Desember 2024 hingga Juni 2025. Dengan menggunakan teori interaksi simbolik, kami akan melihat bagaimana kedua metode komunikasi tersebut bisa berdampak pada perpaduan emosional dan dinamika komunitas fandom digital.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi studi komunikasi digital, khususnya dalam memahami pola komunikasi dalam komunitas

fandom. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi industri hiburan dalam merancang strategi komunikasi yang lebih efektif antara artis dan penggemar di era digital. Dengan memahami bagaimana komunikasi asosiatif dan disosiatif berperan dalam membangun hubungan antara idola dan penggemarnya, hasil penelitian ini dapat digunakan untuk mengembangkan praktik komunikasi yang lebih inklusif dan mendukung keberlangsungan komunitas fandom dalam jangka panjang.

2. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi kasus yang berfokus pada analisis komunikasi asosiatif dan disosiatif antara grup idola SEVENTEEN dan penggemarnya, Carat, di platform Weverse. Metode observasi partisipatif virtual—juga dikenal sebagai etnografi virtual—digunakan untuk mengumpulkan data, di mana peneliti melihat secara langsung aktivitas komunikasi, interaksi, dan konten visual yang muncul dalam ruang digital Weverse. Etnografi visual juga digunakan untuk mengamati peristiwa yang terjadi pada komunitas online dalam penggunaan teknologi informasi untuk berkomunikasi (Mayasari, 2022). Selain itu, metode etnografi sosial dalam mengumpulkan data dapat melalui arsip yang sudah ada di situs suatu forum internet (Rachmaniar R. A., 2021).

Fokus penelitian ini adalah aplikasi Weverse, yang digunakan oleh grup idola SEVENTEEN dan penggemarnya, Carat. Penelitian ini dilakukan observasi langsung terhadap semua aktivitas komunikasi yang terjadi di ruang Weverse SEVENTEEN. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menggambarkan secara menyeluruh pola komunikasi asosiatif (kerja sama, solidaritas) dan disosiatif (persaingan, konflik) yang muncul antara SEVENTEEN dan Carat. Penelitian ini tidak hanya melakukan observasi, tetapi juga menggunakan teknik analisis isi untuk menemukan dan mengkategorikan jenis komunikasi yang muncul dalam unggahan, komentar, dan tanggapan pengguna di Weverse.

Data dikumpulkan melalui observasi partisipatif di mana peneliti secara aktif mengamati dan berpartisipasi dalam interaksi komunikasi yang terjadi di Weverse. Mencatat terhadap konten visual, aktivitas unggahan, komentar, dan respons pengguna dalam komunitas digital tersebut secara menyeluruh membantu melakukan observasi ini. Serta didukung dengan dokumentasi berupa tangkapan layar (*screenshot*) dan catatan lapangan sebagai sumber data utama dalam penelitian ini. Menurut Sugiyono (2010), "Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seorang" (Sugiyono, 2010).

Selain itu, data dikumpulkan dari 5 unggahan interaksi utama (posting dan komentar) antara SEVENTEEN dan Carat selama 7 bulan (Desember 2024 hingga Juni 2025). Pemilihan data dilakukan dengan kriteria interaksi dua arah (SEVENTEEN-Carat atau sebaliknya) dan mengandung pola asosiatif (dukungan/humor) atau disosiatif (teguran/batasan). Dalam melakukan observasi selama 7 bulan, dengan difokuskan pada momen signifikan (*anniversary*, dan perilisan lagu Vernon "Shining Star"). Lalu observasi partisipatif virtual dilakukan setiap hari selama 30-60 menit per sesi, dengan triangulasi sumber seperti catatan, *screenshoot*, dan wawancara dengan ahli sosiologi komunikasi.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data kualitatif yang mencakup beberapa langkah utama: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Untuk menganalisis data yang diperoleh melalui observasi virtual, pola komunikasi asosiatif dan disosiatif yang muncul saat SEVENTEEN dan Carat berinteraksi di platform Weverse diidentifikasi, dikelompokkan, dan diinterpretasikan.

Idol	Asosiatif	Disosiatif	Rincian
S.Coups	4	2	- Gambar 6: Menanyakan kabar → humor pinjam uang - Gambar 7: Teguran halus

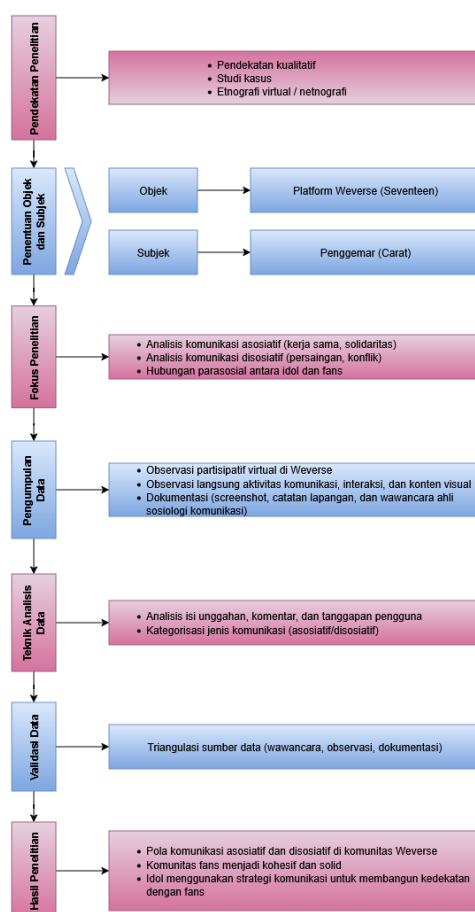
			- 4 kasus tambahan dari pola “membuka diskusi”.
Dino	2	0	- Gambar 8: Ucapan terima kasih atas <i>anniversary</i> ke-10 dan ungkapan “charanghae”.
Vernon	1	0	- Gambar 9: Lemparan candaan mikroskop dan dukungan untuk lagu solo “Shining Star”.
Woozi	0	1	- Gambar 10: “ <i>Not funny</i> ” → teguran yang diberikan untuk Carat yang melakukan candaan melewati batas privasi.

Tabel 2 Penyajian Data dalam interaksi antara SEVENTEEN dan Carat di Weverse

Tabel 2 mengidentifikasi 5 unggahan interaksi utama melalui *screenshoot*, selanjutnya mengkategorikan berdasarkan pola: asosiatif (pada gambar 6, 8, dan 9 – dukungan, humor, solidaritas) dan disosiatif (pada gambar 7 dan 10 – teguran halus, batas privasi).

Proses validasi data dilakukan dengan menggunakan teknik triangulasi sumber dan teknik untuk memastikan keabsahan dan kredibilitas data penelitian ini. Triangulasi sebenarnya adalah pendekatan multimetode yang digunakan peneliti saat mengumpulkan, melakukan penelitian, dan menganalisis data. Pada dasarnya, idenya adalah bahwa fenomena yang diteliti dapat dipahami dengan baik sehingga dapat diperoleh tingkat kebenaran yang tinggi jika dilihat dari berbagai sudut pandang. Memotret satu fenomena dari berbagai sudut pandang akan memungkinkan untuk memperoleh tingkat kebenaran yang dapat diandalkan (Nurfajriani et al., 2024). Untuk menilai keabsahan data atau informasi dari berbagai sudut pandang, triangulasi digunakan untuk mengurangi ketidakjelasan

dan makna ganda yang terjadi selama pengumpulan dan analisis data (Sugiyono, 2010). Selain itu, Triangulasi juga dapat berarti pengecekan data melalui berbagai sumber, teknik, dan waktu (Mekarisce, 2020). Berikut pada gambar 5.



Gambar 5 Metode alur penelitian

Melalui pendekatan metodologis yang komprehensif, penelitian ini berupaya menghasilkan temuan-temuan yang meningkatkan pemahaman tentang bagaimana komunikasi asosiatif dan disosiatif yang terjadi diantara SEVENTEEN dan Carat di Weverse.

3. Hasil dan pembahasan

Pada hasil penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik observasi dan pendekatan etnografi visual pada platform Weverse yang menjadi terbentuknya interaksi antara SEVENTEEN dan Carat, yaitu komunikasi asosiatif dan disosiatif. Analisis ini difokuskan pada unggahan interaksi yang terjadi antara

SEVENTEEN dan Carat di Weverse dengan periode waktu bulan Desember 2024 hingga Juni 2025. Observasi ini untuk memahami pola komunikasi asinkron dan interaktif yang terjadi di platform Weverse terhadap unggahan yang dilakukan SEVENTEEN dan Carat. Meskipun pertukaran pesan antara SEVENTEEN dan Carat tidak selalu terjadi secara bersamaan, mereka tetap aktif berkomunikasi melalui komentar, balasan, dan unggahan yang saling merespons satu sama lain.

Selain itu, Weverse yang berperan sebagai platform interaktif yang memfasilitasi komunikasi *real-time* yang dilakukan antara SEVENTEEN dan Carat. Platform ini selain menyediakan untuk akses foto, video secara eksklusif dari berbagai konten pribadi dari SEVENTEEN untuk Carat. Melalui fitur-fitur yang ada, seperti feed, kolom komentar, dan unggahan multimedia. Dengan fasilitas yang disediakan oleh platform Weverse untuk berbagai partisipasi anggota fandom/penggemar. Aktivitas komunikasi antara SEVENTEEN dan Carat yang berlangsung di Weverse sangat dinamis dan beragam.

Pola komunikasi ini terjadi melalui unggahan (*posting*) yang bisa berupa tulisan, foto maupun video baik dari anggota SEVENTEEN ataupun Carat. Setiap unggahan dapat dikomentari oleh anggota SEVENTEEN maupun Carat yang bisa memunculkan ruang diskusi dan interaksi dua arah. Untuk topik yang dibicarakan sangat beragam dan tidak ada kriteria khusus untuk komentar atau interaksi antara SEVENTEEN dan Carat, karena SEVENTEEN memilih komentar berdasarkan penilaian mereka sendiri tentang komentar mana yang dianggap menarik atau layak untuk dijawab dalam interaksi di platform Weverse.

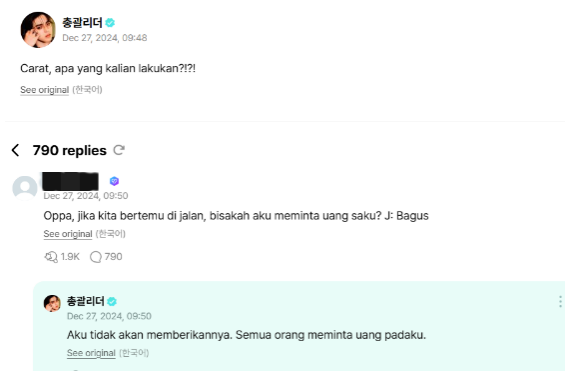
Untuk berinteraksi dengan Carat, SEVENTEEN lebih sering menggunakan forum ruang komunitas (*community space*) dengan menggunakan fitur unggahan yang dilakukan oleh anggota SEVENTEEN, seperti gambar di bawah ini merupakan contoh interaksi yang terjadi di ruang komunitas (*community space*) yang dilakukan oleh S.Coups SEVENTEEN dengan menanyakan apa yang sedang dilakukan oleh Carat pada hari itu. Namun, ada dua orang Carat yang mengirimkan

komentar dengan meminta atau meminjam uang kepada S.Coups secara bercanda. Berikut pada [gambar 6](#).



[Gambar 6](#) Menunjukkan pola komunikasi asosiatif antara S.Coups dengan Carat

Komentar S.Coups ini menunjukkan bahwa ia menyadari banyaknya permintaan serupa yang dia terima, baik yang serius maupun lucu. S.Coups berusaha menjaga suasana tetap tenang dan tidak menimbulkan konflik dengan menanggapi dengan nada yang santai dan sedikit humor, sekaligus menunjukkan kepada penggemar bahwa permintaan seperti itu tidak pantas atau tidak dapat dipenuhi. Meskipun ia menanggapi dengan santai dan tidak langsung menegur secara keras, responsnya mungkin menunjukkan kelelahan atau ketidaknyamanan atas permintaan yang tidak wajar dari penggemar. Selain itu, S.Coups tetap menghargai interaksi dengan Carat, tetapi juga ingin menegaskan Batasan pribadi sebagai seorang idol. Serta menjaga interaksi agar tetap sehat, sopan, dan sesuai dengan norma yang berlaku di ruang komunitas tersebut. Berikut pada [gambar 7](#).



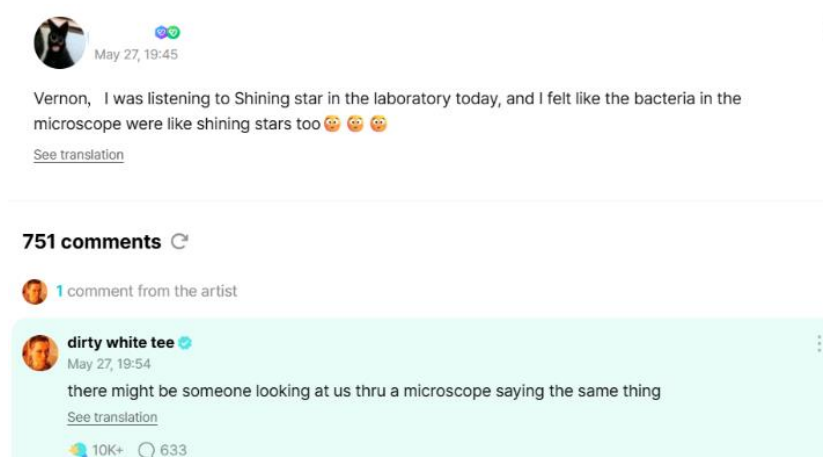
[Gambar 7](#) Memberikan teguran kepada Carat dengan cara yang halus namun tegas

Selanjutnya pada gambar di bawah pertepatan dengan hari ulang tahun grup SEVENTEEN yang ke-10 tahun. Salah satu anggota termuda SEVENTEEN, yaitu Dino mengucapkan rasa terima kasihnya atas ucapan dan dukungan yang diberikan oleh Carat untuk ulang tahun ke-10 SEVENTEEN. Kemudian ada seorang Carat yang merasa senang dan mengucapkan selamat atas *anniversary* SEVENTEEN yang ke-10 kepada Dino dengan berharap untuk terus bersama. Lalu dibalas oleh Dino dengan “*chanranghae*/aku mencintaimu” (dengan huruf pertama kalimat *saranghae* yang artinya ‘aku mencintaimu’ diganti dengan satu suku kata dari nama anggota SEVENTEEN). Berikut pada [gambar 8](#).



Gambar 8 Interaksi antara Dino SEVENTEEN dan Carat yang saling mendukung satu sama lain

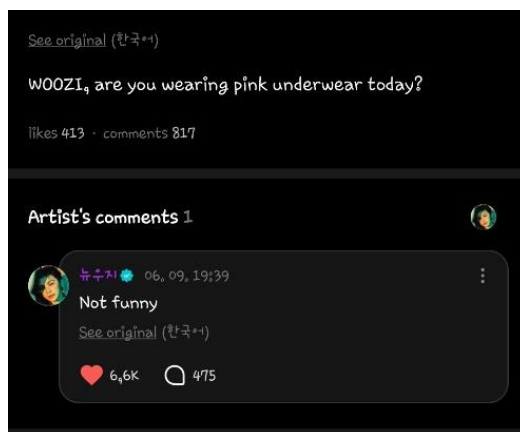
Di bawah merupakan contoh seorang Carat yang menggunakan fitur unggahan yang berupa sebuah tulisan. Dengan memberikan dukungan terhadap lagu solo milik Vernon yang berjudul ‘Shining Star’ dari full album ke-5 SEVENTEEN yang belum lama ini dirilis pada tanggal 26 Mei 2025 lalu yang bertepatan dengan *anniversary* grup ke-10 tahun. Ungghana dukungan tersebut diselingi sebuah candaan yang mengatakan bakteri yang berada di mikroskop juga menyukai lagunya. Balasan yang diberikan oleh Vernon pun tak kalah bercanda dengan mengatakan “mungkin ada seseorang yang melihat SEVENTEEN melalui mikroskop mengatakan hal yang sama (menyukai lagunya)”. Berikut pada [gambar 9](#).



Gambar 9 Carat yang menggunakan fitur unggahan yang dikomentari oleh Vernon dan menimbulkan pola komunikasi asosiatif

Gambar di bawah ini merupakan seorang Carat yang juga menggunakan fitur unggahan berupa tulisan, dengan mengunggah sebuah pertanyaan yang bertujuan untuk bercanda dengan Woozi. Namun, unggahan tersebut mendapatkan balasan dari Woozi bahwa candaan tersebut tidak lucu karena ia merasa tidak nyaman dan menganggap bahwa pertanyaan tersebut tidak pantas untuk dilontarkan. Respon Woozi yang singkat dan tegas menunjukkan bahwa dia ingin menegaskan batasan dan menunjukkan ketidaksetujuannya terhadap perilaku tersebut. Selain itu, perspektif ini melindungi privasinya dan mencegah komentar yang membuatnya tidak nyaman.

Woozi memang dikenal sebagai seorang yang serius, pekerja keras, dan menjaga profesionalisme saat berinteraksi dengan publik maupun dengan Carat. Akibatnya, jika ada komentar yang dianggap melampaui batas atau tidak menyenangkan baginya, ia tidak segan untuk memberikan tanggapan yang tegas. Setelah mendapatkan teguran secara langsung dari Woozi dan banyak Carat, unggahan tersebut kini sudah di hapus oleh Carat yang bersangkutan dari platform Weverse. Berikut pada [gambar 10](#).



Gambar 10 Seorang Carat yang berkomunikasi dengan Woozi, namun menimbulkan pola komunikasi disosiatif

Dalam kasus ini terdapat lima pola pesan yang muncul, yaitu yang pertama adalah pola pesan asosiatif terjadi ketika S.Coups membuka diskusi dengan menanyakan apa yang dilakukan Carat, dan Carat menanggapi dengan candaan meminta uang. S.Coups menanggapi dengan santai dan humoris, menjaga suasana tetap ramah dan tidak menimbulkan konflik. Ini menunjukkan bahwa ada upaya untuk membangun keakraban, saling mendukung, dan menjaga hubungan yang baik antara idol dan penggemar. Lalu interaksi antara Dino dan Carat juga menunjukkan pola asosiatif, pola ini menguatkan ikatan emosional dan rasa kebersamaan, dan di mana terjadi saling memberi ucapan selamat dan dukungan, serta respons positif dan hangat dari Dino.

Kedua, ada pola komunikasi simbolik dan humor, yang terjadi saat interaksi antara Vernon dan Carat karena keduanya saling melempar candaan yang berkaitan dengan lagu baru Vernon. Pola pesan ini menunjukkan bagaimana humor dapat membantu menciptakan komunikasi dua arah yang menyenangkan dan menciptakan suasana yang lebih akrab. Ketiga, pola pesan teguran halus dan penegasan batas yang dilakukan oleh S.Coups dan Woozi saat ada komentar yang melampaui batas, seperti permintaan yang tidak wajar maupun candaan yang kurang pantas. S.Coups dan Woozi memberikan tanggapan dengan cara halus dan tegas. Cara yang diberikan oleh S.Coups untuk menegur dengan tetap menjaga

suasana tetap Santai, sedangkan Woozi menanggapi komentar yang dianggap tidak pantas dengan tegas dan singkat, mengatakan ("*Not funny*"). Pola pesan ini tidak hanya menegaskan batas privasi dan norma, tetapi juga merupakan cara idol melindungi diri dari perilaku penggemar yang melampaui batas. Woozi tetap profesional tanpa menimbulkan konflik yang signifikan, tetapi itu cukup jelas sebagai peringatan. Selain itu, pola ini penting untuk menjaga kenyamanan dan profesionalisme dalam suatu komunitas.

Keempat, pola pesan disosiatif yang muncul ketika interaksi mengandung penolakan, ketidaksetujuan, atau teguran terhadap perilaku penggemar yang dianggap tidak pantas, seperti Woozi. Respon tegas idol menunjukkan batas yang tidak boleh dilanggar dan perlindungan terhadap privasi dan kenyamanan penggemar. Kelima, pola pesan dukungan dan apresiasi yang dilakukan oleh banyak Carat yang menggunakan fitur unggahan untuk memberikan dukungan, ucapan selamat, dan apresiasi terhadap karya ataupun momen penting SEVENTEEN. Sebaliknya idol membalas dengan ucapan terima kasih, cinta, dan respon positif lainnya, sehingga memperkuat hubungan emosional dan loyalitas penggemar.

Berdasarkan temuan tersebut dapat dianalisis dengan teori komunikasi simbolik, bahwa di dalam komunitas anatar SEVENTEEN dan Carat terdapat interaksi—baik berupa unggahan, komentar ataupun respon dari idol di Weverse, yang membentuk pola komunikasi khas fandom/komunitas K-pop dan merupakan simbol yang sarat makna. Bahwasanya menurut Bapak Dr. Muhammad Najih Farihanto, S.I.Kom., M.A. sebagai ahli dalam bidang Sosiologi Komunikasi mengatakan, semua persepsi ekspektasi ketika sebuah idol K-pop sudah dimiliki oleh publik, semua orang bisa mengakses dia dan setiap orang memiliki persepsi yang berbeda-beda. Seperti ada orang yang suka candaan yang lepas, namun beberapa idol yang tidak bisa dibercandain secara lepas dan menimbulkan kesalahan makna saat berinteraksi maupun komunikasi. Selain itu, ini merupakan

salah satu konsekuensi menjadi seorang idol yang bisa diakses oleh banyak orang (“dimiliki oleh semua orang”), sehingga orang-orang merasa memiliki mereka juga berhak atau bebas mempresepsikan idol ini sesuai dengan ekspektasinya.

Temuan penelitian ini menunjukkan kompleksitas komunikasi yang terjalin antara SEVENTEEN dan Carat dalam platform digital Weverse. Interaksi yang tercipta bukanlah hubungan satu arah, melainkan proses timbal balik yang membentuk ruang simbolik penuh makna. Berdasarkan hasil observasi, komunikasi tersebut tidak sekadar bertukar pesan atau ekspresi sederhana, namun membentuk jejaring simbolik yang memperkuat atau bahkan menantang kohesi sosial dalam komunitas fandom digital. Dalam konteks ini, teori interaksi simbolik dan konsep komunikasi asosiatif dan disosiatif menjadi sangat relevan dalam mengurai dinamika makna yang terjadi.

Teori interaksi simbolik sebagaimana dikemukakan oleh George Herbert Mead dan Herbert Blumer, menempatkan makna sebagai hasil dari proses interaksi sosial. Individu tidak merespons stimulus secara otomatis, melainkan menafsirkan simbol-simbol berdasarkan pemahaman yang dibangun dalam interaksi (Derung, 2017b). Dalam komunitas fandom seperti Carat, simbol dapat berbentuk kata, gambar, gestur, maupun respons dari idol yang kemudian dimaknai secara kolektif oleh penggemar. Ketika Dino mengucapkan “*chanranghae*” dalam tanggapannya kepada penggemar, simbol tersebut bukan sekadar varian dari kata “*saranghae*” (aku mencintaimu), tetapi juga menjadi bentuk pemersonalisasi kasih sayang yang mengukuhkan kedekatan emosional. Penggunaan nama sendiri sebagai bagian dari ekspresi cinta menjadi bentuk simbolik yang memperkuat rasa memiliki dan keterikatan antaraktor dalam komunitas.

Begitu pula saat Vernon membalas candaan seorang Carat mengenai lagunya “Shining Star” dengan metafora mikroskop, yang terjadi bukan sekadar pertukaran pesan humor, tetapi pembentukan ruang afeksi melalui simbol-simbol budaya yang khas. Di sinilah fungsi utama dari komunikasi asosiatif muncul:

menciptakan rasa kebersamaan, saling mendukung, dan merayakan identitas kolektif. Tanggapan idol yang positif terhadap ekspresi dukungan dari penggemar memperkuat kohesi komunitas dan mendorong terciptanya “*emotional contagion*” dalam lingkungan digital, di mana afeksi menyebar dan mempersatukan individu dalam solidaritas simbolik.

Namun demikian, tidak semua interaksi berjalan harmonis. Dalam beberapa kasus, seperti yang terjadi antara Woozi dan seorang Carat yang melemparkan candaan yang tidak pantas, terlihat adanya respons tegas yang menandakan ketidakseimbangan atau potensi konflik. Komunikasi disosiatif muncul saat batas privasi idol dilanggar atau ketika ekspresi penggemar tidak diterima sebagaimana mestinya oleh pihak lain. Teori komunikasi disosiatif membantu kita memahami bagaimana ruang yang semula dibangun sebagai sarana koneksi bisa berubah menjadi ajang negosiasi batas dan kekuasaan simbolik. Tanggapan singkat Woozi yang menyatakan bahwa candaan itu “tidak lucu” adalah bentuk kontrol atas narasi dan pengaturan ulang makna yang dibangun dalam komunitas, sekaligus refleksi bahwa meskipun terbuka, ruang digital tetap memiliki batas etika dan norma interaksi yang dijaga.

Relasi antara idol dan penggemar dalam kasus ini bukan relasi egaliter. Meskipun terlihat akrab dan intim, ada jarak struktural dan simbolik yang tetap dipertahankan. Hal ini sesuai dengan pandangan Seligman dan Kirmayer (2008) tentang komunikasi disosiatif yang tidak hanya menciptakan jarak, tetapi juga mempertegas identitas dan hierarki. Seorang idol seperti Woozi memiliki otoritas simbolik yang memungkinkan ia menentukan mana candaan yang dapat diterima dan mana yang tidak. Dalam hal ini, struktur kuasa hadir tidak secara eksplisit, tetapi termanifestasi melalui interaksi yang tampak biasa.

Peristiwa seperti ini menggarisbawahi bahwa komunikasi di ruang digital fandom tidak bisa dimaknai hanya dalam kerangka emosional, tetapi juga politik simbolik. Siapa yang berhak berbicara, siapa yang didengar, dan siapa yang

dikoreksi merupakan pertanyaan yang terus menerus dinegosiasikan. Dalam konteks Weverse, para idol memiliki posisi simbolik yang tinggi, namun mereka tetap melakukan upaya untuk menjaga kesetaraan simbolik melalui respon-respon yang humanis dan akrab. Seperti S.Coups yang merespons permintaan bercanda dari Carat soal meminjam uang dengan nada santai dan humoris. Alih-alih memarahi atau mengabaikan, ia menyampaikan batas dengan cara halus. Ini adalah bentuk komunikasi asosiatif yang sekaligus mengandung aspek disosiatif yang terselubung—penolakan tersampaikan namun tetap dalam bingkai keakraban.

Menariknya, platform digital seperti Weverse memberi ruang bagi dinamika ini terjadi secara simultan. Dalam satu unggahan, dapat terjadi dukungan, candaan, kritik, dan teguran dalam waktu bersamaan. Ini memperlihatkan bahwa komunikasi digital fandom bersifat polifonik, mengandung banyak suara dan lapisan makna. Dalam terminologi interaksi simbolik, hal ini menunjukkan bahwa komunitas bukanlah entitas tunggal yang homogen, melainkan arena negosiasi antar-aktor yang membawa tafsir, emosi, dan agenda yang beragam.

Lebih jauh, teori komunikasi kelompok yang digunakan dalam penelitian ini memperkuat pemahaman tentang bagaimana norma dan struktur sosial terbentuk dalam komunitas digital seperti fandom. Respon komunitas Carat terhadap komentar yang dianggap tidak pantas menunjukkan adanya mekanisme kontrol sosial internal. Ketika komentar tersebut dihapus oleh Carat yang bersangkutan setelah mendapatkan teguran dari idol dan sesama penggemar, ini mencerminkan bahwa komunitas tersebut memiliki nilai-nilai yang dijaga secara kolektif. Dengan kata lain, komunikasi disosiatif tidak selalu bersifat destruktif, melainkan juga dapat menjadi sarana koreksi sosial yang membangun kembali keselarasan dalam kelompok.

Kedua bentuk komunikasi ini baik asosiatif maupun disosiatif pada akhirnya saling melengkapi dalam membentuk dinamika komunitas fandom yang sehat. Komunikasi asosiatif memupuk rasa memiliki dan keterikatan, sementara

komunikasi disosiatif membantu menjaga batas, norma, dan profesionalisme. Dalam kerangka budaya populer, keduanya adalah elemen penting yang memungkinkan komunitas fandom bertahan dan berkembang, terutama ketika interaksi berlangsung secara intensif dan publik seperti yang terjadi dalam kasus SEVENTEEN dan Carat di Weverse.

Secara metodologis, pendekatan etnografi virtual dan observasi partisipatif yang digunakan dalam penelitian ini memungkinkan peneliti menangkap nuansa interaksi digital secara lebih kaya. Tidak hanya mencatat isi pesan, tetapi juga konteks, respon, serta simbol-simbol yang menyertainya. Kombinasi ini memberikan keunggulan dalam mengkaji komunikasi digital sebagai praktik budaya dan sosial yang kompleks. Disajikan dalam tabel 3.

No	Temuan Utama	Bentuk Komunikasi	Makna Simbolik dan Teoretik	Penjelasan Teoretik
1	Interaksi S.Coups dengan Carat (permintaan uang secara bercanda)	Asosiatif dengan nuansa disosiatif	Batas personal disampaikan lewat candaan; simbol keakraban sekaligus penegasan norma	Teori Interaksi Simbolik: Komunikasi adalah sarana membentuk makna; Komunikasi Asosiatif: menjaga suasana positif; Disosiatif: menegaskan batas simbolik
			Ungkapan afeksi personal melalui permainan kata yang	Teori Simbolik: Simbol verbal digunakan untuk mempererat ikatan emosional;
2	Ucapan terima kasih dan balasan “ <i>chanranghae</i> ” oleh Dino	Asosiatif		

No	Temuan Utama	Bentuk Komunikasi	Makna Simbolik dan Teoretik	Penjelasan Teoretik
			memperkuat solidaritas emosional	Komunikasi Asosiatif: menciptakan rasa memiliki dalam komunitas
	Dukungan terhadap lagu		Humor sebagai medium kedekatan	Komunikasi Simbolik: Humor sebagai simbol
3	Vernon dan respons bercanda dari Vernon	Asosiatif	simbolik; fandom aktif menciptakan narasi bersama	sosial yang memperkuat afiliasi dan kedekatan
	Pertanyaan bercanda yang tidak pantas kepada Woozi dan respons tegasnya	Disosiatif	Penegasan batas privasi; komunikasi korektif untuk menjaga etika komunitas	Komunikasi Disosiatif: Menciptakan jarak simbolik; Komunikasi Kelompok: Mekanisme kontrol sosial dalam fandom
	Unggahan dukungan Carat terhadap karya dan momen SEVENTEEN	Asosiatif	Solidaritas simbolik dibangun melalui interaksi apresiatif dan emosional	Komunikasi Asosiatif: Meningkatkan loyalitas dan kohesi sosial dalam komunitas digital

No	Temuan Utama	Bentuk Komunikasi	Makna Simbolik dan Teoretik	Penjelasan Teoretik
6	Respon komunitas terhadap komentar yang dianggap melanggar (penghapusan komentar)	Disosiatif dengan fungsi restoratif	Komunitas aktif mengoreksi norma; simbol dari nilai kolektif yang dijaga	Komunikasi Kelompok: Fandom sebagai agen sosial yang menjaga nilai dan batas interaksi
7	Variasi respons idol (hangat, tegas, bercanda) tergantung konteks	Campuran Asosiatif dan Disosiatif	Penyesuaian makna dan strategi komunikasi sesuai situasi	Interaksi Simbolik: Makna bersifat kontekstual dan dinamis, dipengaruhi oleh peran dan ekspektasi sosial

Tabel 3 Temuan dan Pembahasan Teoretik Komunikasi antara SEVENTEEN dan Carat di Weverse

Tabel 3 membantu menjelaskan bahwa komunikasi antara SEVENTEEN dan Carat tidak bisa dipisahkan dari dimensi simbolik dan sosial yang kompleks. Weverse sebagai ruang komunikasi digital fandom menciptakan ekosistem interaksi yang sarat makna, baik dalam bentuk dukungan emosional maupun penegasan norma sosial melalui simbol dan bahasa yang dinegosiasikan secara kolektif.

Dengan demikian, hasil penelitian ini tidak hanya memberikan gambaran empiris mengenai pola interaksi antara idol dan penggemar, tetapi juga berkontribusi secara teoretis terhadap pengembangan studi komunikasi digital dan budaya populer. Ia membuka ruang bagi pembacaan komunikasi sebagai arena yang penuh makna, ketegangan, dan kemungkinan, di mana solidaritas dan

perbedaan berjalan berdampingan, dan di mana identitas, afeksi, serta kuasa simbolik diproduksi serta dinegosiasikan secara terus menerus.

4. Kesimpulan

Proses komunikasi antara grup idol SEVENTEEN dan penggemarnya, Carat, di platform digital Weverse yang sangat kompleks dan sarat makna diungkapkan dalam penelitian ini. Interaksi yang terjadi merupakan proses timbal balik yang menghasilkan ruang simbolik yang penuh dengan makna. Mereka tidak hanya berbicara satu sama lain, tetapi mereka juga membangun jejaring simbolik yang memperkuat ikatan sosial dalam komunitas fandom digital.

Memahami konsep interaksi simbolik sangat penting. Simbol seperti kata-kata, gambar, gestur, dan respons penggemar terhadap idol mereka membentuk makna dalam komunitas fandom. Misalnya, ketika Dino mengucapkan "*chanranghae*", ia tidak hanya menyampaikan kasih sayang tetapi juga menciptakan hubungan dan rasa memiliki di antara orang-orang di komunitas. Selain mempererat hubungan, mereka juga menciptakan ruang untuk afeksi dan solidaritas simbolik melalui respons humoris Vernon terhadap candaan penggemar.

Rasa kebersamaan dan identitas kolektif dibangun melalui komunikasi asosiatif seperti dukungan, komedi, dan apresiasi. Reaksi positif idola terhadap ekspresi penggemar meningkatkan kohesi komunitas dan memicu "transmisi emosional", yaitu penyebaran perasaan yang menyatukan orang dalam solidaritas simbolik. Tetapi tidak semua interaksi berlangsung dengan baik. Komunikasi disosiatif muncul ketika privasi idol dilanggar atau candaan yang tidak pantas terjadi. Woozi dengan tegas menanggapi candaan yang dianggap tidak lucu dengan mengatakan bahwa itu adalah cara untuk mengontrol cerita dan mengubah makna dalam komunitas. Ini juga menunjukkan bahwa ruang digital masih memiliki batas etika dan norma interaksi yang dijaga.

Dalam komunitas ini, hubungan antara idola dan penggemar tidak sama. Tetap ada jarak struktural dan simbolik yang dipertahankan meskipun tampak

akrab. Idol memiliki wewenang simbolik untuk menentukan batas hubungan, yang secara halus menunjukkan struktur kuasa dalam komunitas. Peristiwa seperti ini menunjukkan bahwa komunikasi digital fandom tidak hanya soal emosi, tetapi juga politik simbolik—siapa yang berhak berbicara, siapa yang didengar, dan siapa yang dikoreksi selalu dinegosiasikan secara dinamis.

Menariknya, bahwa Weverse sebagai platform digital, memungkinkan berbagai jenis komunikasi terjadi secara bersamaan. Dalam satu unggahan, dapat terjadi dukungan, candaan, kritik, dan teguran sekaligus, menunjukkan bahwa komunitas fandom adalah tempat di mana berbagai makna, emosi, dan norma dinegosiasikan. Ketika kelompok orang mengoreksi perilaku yang dianggap melanggar, seperti menghilangkan komentar setelah mendapat teguran dari idola atau sesama penggemar, kontrol sosial internal juga terlihat.

Singkatnya, dinamika komunikasi antara SEVENTEEN dan Carat di Weverse terdiri dari dua jenis komunikasi: komunikasi asosiatif yang menumbuhkan perasaan memiliki dan keterikatan, dan komunikasi disosiatif yang mempertahankan aturan, standar, dan profesionalisme. Kedua cara komunikasi ini bekerja sama dengan baik satu sama lain dan sangat penting untuk menjaga komunitas fandom tetap hidup dan aktif. Penelitian ini tidak hanya memberikan gambaran praktis tentang cara interaksi terjadi di ruang digital, tetapi juga memperkaya penelitian tentang komunikasi digital dan budaya populer dengan menekankan betapa pentingnya negosiasi makna, solidaritas, dan kekuatan simbolik dalam komunitas digital modern.

5. Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kepada Universitas Ahmad Dahlan (UAD) dan Program Studi Ilmu Komunikasi atas segala dukungan, bantuan, dan fasilitas yang telah diberikan selama penyusunan penelitian ini. Bantuan dan bimbingan yang diberikan sangat berarti dalam kelancaran dan keberhasilan proses penyusunan naskah hingga diselesaikan dengan baik.

Referensi

- Dariusz, D. (2022). Association with and dissociation from groups in response to personal and social identity threats: the role of self-construal and anxiety. *The Open Psychology Journal*, 15(1).
- Derung, T. N. (2017a). Interaksionisme simbolik dalam kehidupan bermasyarakat. *SAPA: Jurnal Kateketik Dan Pastoral*, 2(1), 118–131.
- Derung, T. N. (2017b). Interaksionisme simbolik dalam kehidupan bermasyarakat. *SAPA: Jurnal Kateketik Dan Pastoral*, 2(1), 118–131.
- Diva, A., & Indriastuti, Y. (2024). Self Disclosure SEVENTEEN CARAT Melalui Fan Account di Media Sosial Twitter “X.” *Journal Education Innovation (JEI)*, 2(2), 252–259.
- Flinchum, E., Roy, E., & Arif, R. (2024). Displays of Parasocial Interaction in K-Pop: A Content Analysis of YouTube Comments on BTS’s Music Videos. *Korean Journal of Communication*, 1(2), 77–109.
- Handoyo, P. (2015). Anggie Wahyu Pusparatri. *Paradigma*, 3(01).
- Hess, A. (2001). *Emile Durkheim, Georg Simmel and Ferdinand Tönnies: Social Differentiation and Functionalist Sociology BT - Concepts of Social Stratification* (pp. 36–49). Palgrave Macmillan UK.
https://doi.org/10.1057/9780230629219_4
- Jennissen, R., Bovens, M., Engbersen, G., & Bokhorst, M. (2022). *Strengthening social cohesion BT - Migration Diversity and Social Cohesion: Reassessing the Dutch Policy Agenda* (pp. 101–134). Springer.
- Kelshaw, T. (2005). Political Participation. *Communication as...: Perspectives on Theory*, 155.
- Kim, Y. Y. (2007). Ideology, Identity, and Intercultural Communication: An Analysis of Differing Academic Conceptions of Cultural Identity. *Journal of Intercultural Communication Research*, 36(3), 237–253.
<https://doi.org/10.1080/17475750701737181>
- Lee, Y., & Park, S. (2025). Classifying and Characterizing Fandom Activities: A Focus on Superfans’ Posting and Commenting Behaviors in a Digital Fandom Community. *Applied Sciences*, 15(9), 4723.

<https://doi.org/10.3390/app15094723>

- Mayasari, F. (2022). *Etnografi Virtual Fenomena Cancel Culture dan Partisipasi Pengguna Media terhadap Tokoh Publik di Media Sosial*. 1, 27–44.
- Mekarisce, A. A. (2020). Teknik pemeriksaan keabsahan data pada penelitian kualitatif di bidang kesehatan masyarakat. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat: Media Komunikasi Komunitas Kesehatan Masyarakat*, 12(3), 145–151.
- Nurfajriani, W. V., Ilhami, M. W., Mahendra, A., Afgani, M. W., & Sirodj, R. A. (2024). Triangulasi data dalam analisis data kualitatif. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(17), 826–833.
- Nurhidayat, I., & Garis, R. R. (2023). Trend Komunikasi Politik Di Media Sosial. *Jurnal Lanskap Politik*, 1(2), 1–24.
- Osborne, N. R., Owen, A. M., & Fernández-Espejo, D. (2015). The dissociation between command following and communication in disorders of consciousness: an fMRI study in healthy subjects. *Frontiers in Human Neuroscience*, 9. <https://doi.org/10.3389/fnhum.2015.00493>
- Rachmaniar R. A., P. P. (2021). *Studi Etnografi Virtual tentang Budaya Mahasiswa dalam Perkuliahan Online di Aplikasi Zoom*. 20, 81–92.
- Saldyni, N. (2021). Mengenal Weverse, Aplikasi yang Tengah Populer di Kalangan Fans KPop. *URBANASIA*.
- Sarmiati, E. R. R. (2019). *Komunikasi Interpersonal Elva Ronaning Roem Sarmiati* Cv. Irdh.
- Seligman, R., & Kirmayer, L. J. (2008). Dissociative Experience and Cultural Neuroscience: Narrative, Metaphor and Mechanism. *Culture, Medicine and Psychiatry*, 32(1), 31–64. <https://doi.org/10.1007/s11013-007-9077-8>
- Sofiyana, M. S., Lestari, L. D., Triamini, M. H., Faizah, A. I., & Ardiyansyah, V. R. (2021). Sosialisasi Pemanfaatan Media Sosial Untuk Meningkatkan Pemasaran UMKM di Kecamatan Sutojayan, Kabupaten Blitar. *J. APTEKMAS (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 4(4), 96–100. <https://jurnal.polsri.ac.id/index.php/aptekmas/article/view/3556/1732>
- Sugiyono, P. D. (2010). *Metode Peneliiian. Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.

Tofani, A. Z. (2023). Weverse Sebagai Sarana Komunikasi Fans Dengan Idol (Studi Pada Interaksi Seventeen Dan Carat). *Prosiding Konferensi Nasional Sosial Dan Politik (Konaspol)*, 1, 349–358.