

## **Weverse: Partisipasi Penggemar dalam Komunitas *Mobile***

### ***Weverse: Fan Participation within Mobile Community***

**Shavira Arisa Pravianti**  
Universitas Indonesia, Indonesia

---

#### **Author's email:**

shavirarisa@gmail.com

#### **Keywords:**

*fan, mobile community,  
mobile application, weverse.*

**Abstract:** *This study aims to illustrate how fan communities on Weverse application manifest a form of mobile community. Employing a qualitative approach with netnography methods, this research gathered data through observation and semi-structured interviews to analyze interactions and dynamics within the community. Data was collected through observation and semi-structured interviews. The findings reveal that the spatial, temporal, and contextual flexibility afforded by the mobile application allows fans to remain connected and actively participate, even under conditions of high mobility. These interactions, including communication, collaborative community activities, and content distribution, demonstrate how Weverse has become a digital space integrated into users' daily lives.*

#### **Kata kunci:**

*komunitas mobile, aplikasi  
mobile, penggemar,  
weverse.*

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan menggambarkan komunitas penggemar dalam aplikasi Weverse sebagai bentuk perwujudan komunitas *mobile*. Melalui pendekatan kualitatif dengan metode netnografi, penelitian ini mengumpulkan data melalui observasi dan wawancara semi-struktur untuk menganalisis interaksi dan dinamika dalam komunitas. Temuan penelitian menunjukkan bahwa fleksibilitas spasial, temporal, dan kontekstual yang ditawarkan oleh aplikasi *mobile* memungkinkan penggemar untuk tetap terhubung dan berpartisipasi aktif dalam komunitas, bahkan dalam kondisi mobilitas yang tinggi. Interaksi yang terjadi mencakup komunikasi, kolaborasi dalam aktivitas komunitas, serta distribusi konten. Hal ini kemudian menggambarkan bagaimana Weverse menjadi ruang digital yang terintegrasi dengan aktivitas keseharian pengguna.

## PENDAHULUAN

Penggemar yang tersebar di berbagai belahan dunia mencari informasi atau berita terbaru mengenai idola mereka melalui komunitas daring ataupun dengan mengikuti halaman penggemar (*fanpage*) di media sosial. Sejak awal, para penggemar ini dikenal sebagai kelompok yang cepat beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital. Mereka dengan cepat memanfaatkan berbagai platform baru yang tersedia pada masanya, mulai dari *newsgroup* di era awal internet hingga platform media sosial yang populer saat ini dalam berbagai aktivitas mereka (Bury, 2017).

Seiring berjalannya waktu, penggunaan aplikasi *mobile* di ponsel oleh para penggemar juga menunjukkan bahwa mereka terus mengikuti dan mencoba teknologi baru untuk memproduksi konten dan membangun komunitas sesama penggemar (Liew, 2020). Dalam hal ini, komunitas merupakan hal penting dari budaya media partisipatif (Bacon-Smith, 1992; Jenkins, 2005) di mana para penggemar terlibat aktif dan termasuk di antara orang-orang pertama yang menggunakan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) (Bury, 2017).

Fenomena adopsi teknologi ini sejalan dengan penggunaan aplikasi *mobile* di ponsel oleh penggemar untuk mengakses aplikasi berbasis *fan community* Weverse. Populasi dalam platform komunitas ini cenderung lebih homogen dikelompokkan pada ketertarikan akan idola yang sama (Kim & Kim, 2017). Tidak seperti media sosial yang bersifat terbuka dan dapat diakses oleh siapa saja, komunitas penggemar *online* bersifat eksklusif dan biasanya hanya dapat diakses oleh penggemar setia yang bersedia membayar biaya keanggotaan atau *membership* (Kim & Kim, 2017). Aplikasi Weverse memiliki fitur-fitur yang

dapat mempermudah penggunanya untuk berinteraksi dengan sesama penggemar ataupun dengan idolanya di manapun dan kapanpun, baik secara sinkronik maupun asinkronik.

Interaksi sinkronik dapat ditemukan melalui fitur seperti *live broadcast* atau *chatroom* di mana penggemar dapat berpartisipasi secara langsung dengan menanggapi langsung konten yang disampaikan oleh idola. Sebaliknya, interaksi asinkronik dapat ditemui pada fitur *community* atau *fan letter* yang memungkinkan penggemar untuk berinteraksi tanpa harus berada dalam waktu yang sama. Mereka dapat memproduksi konten, memberikan dukungan, menyuarakan pendapat atau bahkan keresahannya. Dalam konteks aplikasi Weverse, mobilitas dalam teknologi komunikasi memiliki keterkaitan yang erat karena kombinasi keduanya menjadikan komunitas ini sebagai komunitas *mobile* yang nyata (de Bruijn, 2014).

Bentuk-bentuk aktivitas yang dilakukan melalui fitur pada aplikasi Weverse ini lebih jelas dapat dilihat sebagai bentuk budaya partisipatif penggemar. Budaya partisipatif mendemonstrasikan bagaimana komunitas penggemar berperan dalam produksi budaya. Budaya partisipatif tidak hanya tentang penggemar yang membuat konten, tetapi juga tentang bagaimana berbagai kelompok kemudian menggunakan teknologi untuk membuat dan menyebarkan konten sebab alasan budaya dan sosial. Hal ini menjelaskan adanya pergeseran dari konsumen pasif menjadi produsen aktif dalam dunia media (Jenkins et al., 2013).

Sejak dulu, sebenarnya, penggemar sudah melakukan aksi dengan mengirim surat untuk membela acara tv favorit atau memprotes penggambaran sesuatu yang

tidak sesuai. Namun, seiring perkembangan teknologi digital, aksi penggemar lebih cepat menyebar dan mudah diorganisasikan (Bennett, 2014). Dalam kaitan ini, teknologi digital memainkan peran penting dalam memberdayakan penggemar, memberi mereka lebih banyak kebebasan untuk berkreasi, berinteraksi, dan membangun komunitas dalam dunia *online* (Thorne et al., 2015).

Dengan adanya platform komunitas seperti Weverse, penggemar kini dapat lebih mudah berpartisipasi, berinteraksi, dan saling mempengaruhi satu sama lain. Lingkungan komunikasi di platform ini dapat memengaruhi penggemar untuk merasa bebas menyampaikan pendapat dan perasaan mereka, sehingga interaksi antar anggota komunitas pun jadi lebih sering terjadi (Kim et al., 2023).

Penelitian ini membahas bagaimana fleksibilitas anggota dalam menggunakan teknologi memungkinkan komunitas ini bermetamorfosis menjadi komunitas *mobile*. Komunitas *mobile* yang terbentuk dari interaksi digital ini dapat mencerminkan praktik budaya penggemar yang terus berkembang seiring perubahan teknologi dan memperkaya cara penggemar berelasi dalam dunia maya.

Untuk memahami dinamika komunitas *mobile*, penting untuk melihat bagaimana konsep ini telah dikaji dalam berbagai konteks sebelumnya. Penelitian mengenai komunitas *mobile* tidak terpisah dari ekosistem penggunaan perangkat seluler. Ini sejalan dengan penelitian mengenai komunitas *mobile* yang melihat bagaimana telepon seluler telah mengubah cara orang berinteraksi di komunitas-komunitas di Afrika, termasuk soal rasa memiliki dan tingkatan sosial (de Bruijn, 2014). Kemudian, penelitian lain berfokus pada penemuan komunitas *mobile* berbasis minat, yaitu kelompok individu yang memiliki kesamaan minat dan

perilaku. Penelitian ini dilakukan melalui pengamatan data lokasi pengguna (Drif et al., 2017). Selain itu, ada juga penelitian yang menjelaskan komunitas *mobile* sebagai kelompok sosial yang mempunyai tujuan bersama dan menekankan pentingnya kebutuhan dan kepercayaan anggota dalam komunitas. Penelitian ini membahas masalah-masalah penting seperti privasi dan cara mengelola data di komunitas *mobile* (Schau et al., 2012). Penelitian lain juga mempelajari bagaimana komunitas *online* dibawa pada perangkat seluler dengan fokus pada akses kapan saja dan di mana saja. Penelitian ini juga menjelaskan mengenai fitur lokasi pengguna untuk mempermudah pertemuan tatap muka (Koch et al., 2002). Aspek bisnis dari komunitas *mobile* juga menjadi topik penelitian dengan fokus pada sekumpulan orang yang menggunakan teknologi dan berinteraksi karena minat yang sama kemudian menghasilkan uang di industri hiburan (Schubert & Hampe, 2006).

Terdapat konsep *Mobile Communities of Practice (MCOP)* yang diperkenalkan untuk memahami bagaimana dalam hal ini pekerja berbagi pengetahuan dan berkolaborasi saat bepergian atau bergerak dengan mempertimbangkan peran lokasi dan lingkungan fisik (Kietzmann et al., 2013). Masalah privasi juga menjadi perhatian utama dalam penelitian tentang komunitas *mobile*. Peneliti dalam studi ini mencari solusi seperti penggunaan identitas parsial dan cara menyembunyikan lokasi pengguna (Tschersich et al., 2011). Terakhir, terdapat penelitian yang membahas komunitas *mobile* sebagai pengguna yang berbagi layanan di area tertentu menggunakan teknologi nirkabel, dengan fokus pada kualitas layanan dan mobilitas pengguna (Deng et al., 2017).

Berbeda dari ragam studi mengenai komunitas *mobile* di atas, penelitian ini menawarkan konteks yang berfokus pada

bagaimana komunitas *mobile* yang terwujud dalam aplikasi *Weverse* memengaruhi dinamika interaksi dan partisipasi penggemar. Penelitian ini diharapkan dapat memperluas penggambaran mengenai komunitas *mobile* dengan menempatkan budaya penggemar dalam melihat praktik komunikasi.

## KERANGKA TEORI

### Komunitas *Mobile* dan Aplikasi *Mobile*

Perkembangan teknologi komunikasi mengakomodasi keterjangkauan pengguna melalui internet dan perangkat seluler. Berdasarkan penelitian awal, penggunaan perangkat seluler membuat individu lebih mudah terhubung satu sama lain, mempererat hubungan sosial, dan memungkinkan komunikasi yang lebih cepat serta fleksibel (Katz, 2006; Ling, 2004). Kemajuan perangkat teknologi ini kemudian menggeser tatanan pada konsep komunitas. Kemudahan dalam fleksibilitas dan mobilitas komunikasi ini melahirkan konsep komunitas *mobile* (*mobile community*).

Komunitas *mobile* melibatkan keterikatan antara komunikasi melalui teknologi informasi (*mobile IT*) dimana lokasi dan pergerakan memiliki peran penting dalam dimensi spasial, temporal, dan fisik (Kietzmann et al., 2013). Komunitas pada dasarnya dibentuk karena kesamaan minat dan nilai-nilai yang dianut oleh anggotanya (Prykop & Heitmann, 2006). Ini tidak berbeda dengan komunitas *mobile*. Dalam diskursus teknologi dan masyarakat, perangkat seluler merupakan agen yang mengubah bentuk interaksi yang terjadi dalam masyarakat (de Bruijn, 2014). Meskipun terpisah secara fisik, hubungan sosial dalam masyarakat tetap terjadi berkat teknologi yang memungkinkan mereka untuk terus berkomunikasi dan berbagi pengalaman (de Bruijn, 2014).

Schubert & Hampe (2006) menjelaskan bahwa terdapat tantangan serta manfaat yang dapat diperoleh dari platform komunitas *mobile* khususnya dalam industri hiburan dengan menekankan peran teknologi *mobile* yang dapat mendukung interaksi sosial.

*Mobile* pada aplikasi *mobile* merujuk pada mobilitas yang berkaitan dengan pilihan secara sadar dan rasional untuk bergerak atau berpindah lokasi dengan cara yang fleksibel dan terkadang tidak dapat diprediksi (Kakihara & Sorensen, 2001). Dimensi dalam mobilitas ini mencakup tiga hal, yaitu secara kontekstual, spasial, dan temporal (Kakihara & Sorensen, 2001). Penggunaan aplikasi *mobile* pada aktivitas penggemar merupakan kelanjutan dari adopsi teknologi baru oleh penggemar untuk memproduksi budaya dan membangun komunitas (Liew, 2020). Penggunaan aplikasi *mobile* memengaruhi cara individu berinteraksi dengan orang lain dengan memungkinkan mereka untuk berbagi pengalaman secara cepat dari mana saja sehingga menciptakan bentuk keintiman dan hubungan sosial yang baru (Raiti, 2007). Penggunaan aplikasi *mobile* ini kemudian mempengaruhi bagaimana cara mereka menafsirkan informasi, berinteraksi, dan menggerakkan pengguna secara emosional ataupun fisik (Hillis, 2015).

Komunitas *mobile* adalah kelompok orang dengan minat yang sama yang berinteraksi melalui teknologi komunikasi seluler. Berbeda dengan komunitas virtual berbasis *website*, kemajuan teknologi seluler menghadirkan cara baru dalam berkomunikasi. Anggota komunitas dapat berinteraksi dengan lebih spontan karena perangkat seluler memungkinkan mereka terhubung kapan saja dan di mana saja (Tschersich et al., 2011). Komunitas *mobile* memungkinkan terjalannya hubungan personal antar anggota serta interaksi yang tidak terbatas

oleh ruang dan waktu. Ini memungkinkan komunikasi terjadi kapan saja dan di mana saja, sehingga dapat membangun hubungan yang mendalam seperti dalam pertemuan langsung atau interaksi yang lebih terbuka seperti di platform digital (Prykop & Heitmann, 2006). Penggunaan aplikasi *mobile* menunjukkan bahwa teknologi ini memungkinkan adanya pengalaman akan keberadaan bersama yang disebabkan oleh penghapusan batas ruang dan waktu. Istilah keberadaan bersama dalam konteks digital merujuk pada situasi di mana individu-individu dapat merasa seolah-olah mereka hadir bersama secara sosial dan interaksional, meskipun sebenarnya mereka berada pada lokasi yang terpisah secara fisik (Ito, 2003).

Terdapat empat tipe komunitas dalam komunitas *mobile* yang digambarkan oleh Rhee dan Lee (2009) dalam dimensi stabilitas dan tujuan komunitas. Komunitas penggemar dalam aplikasi Weverse dikelompokkan menjadi tipe mencari hiburan (*seeking entertainment*). Tipe ini dijelaskan sebagai komunitas yang bersifat dinamis dengan fokus pada tujuan sosial. Komunitas ini terbentuk atas dasar kesamaan minat, seperti kelompok hobi, komunitas penggemar, atau kelompok yang berinteraksi melalui media sosial. Keanggotaan dalam komunitas ini cenderung fleksibel, memungkinkan individu untuk bergabung atau keluar dengan mudah sesuai dengan minat dan kebutuhan mereka. Selain menjadi wadah untuk berbagi ketertarikan yang sama, komunitas ini juga berperan dalam menciptakan ruang interaksi yang menyenangkan serta menyediakan hiburan bagi anggotanya.

## METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Peneliti mengumpulkan data melalui observasi dan

wawancara semi-struktur. Peneliti menggunakan netnografi untuk melihat lebih jauh kultur dan interaksi yang terjalin dalam komunitas berbasis aplikasi *mobile* ini. Netnografi merupakan merupakan strategi penelitian yang mengeksplorasi pemahaman budaya melalui observasi, keterlibatan langsung, serta analisis terhadap berbagai sumber data digital, termasuk jejak digital dan interaksi dengan partisipan (Kozinets & Gretzel, 2024). Terdapat tiga data yang digunakan dalam penelitian netnografi (Kozinets, 2010), yaitu *archival data*, *elicited data*, dan *fieldnote*. *Archival data* digunakan untuk melihat gambaran mengenai komunitas ini. Data yang digunakan dapat berupa teks, gambar, atau pesan yang ditemukan pada ruang lingkup komunitas dalam Weverse.

Kemudian, *elicited data* diperoleh melalui interaksi langsung antara peneliti dan anggota komunitas daring. Peneliti melakukan wawancara guna mendapatkan data ini. Data ini digunakan untuk memperoleh pemahaman tentang pengalaman pengguna ketika berada dalam aplikasi berbasis *fan community* ini. Wawancara akan mendalami mengenai motivasi dan pengalaman para penggemar, sementara observasi menawarkan perspektif yang lebih luas mengenai dinamika komunitas secara keseluruhan. Peneliti melakukan wawancara mendalam kepada tiga informan yang merupakan pengguna Weverse dan merupakan penggemar idola K-pop yang sudah lebih dari 1 tahun menggunakan platform ini. Peneliti tidak membatasi informan yang tergabung di beberapa *fandom* dalam Weverse. Terakhir, *fieldnote data* merujuk pada catatan peneliti yang akan digunakan untuk menunjang dua data yang ada.

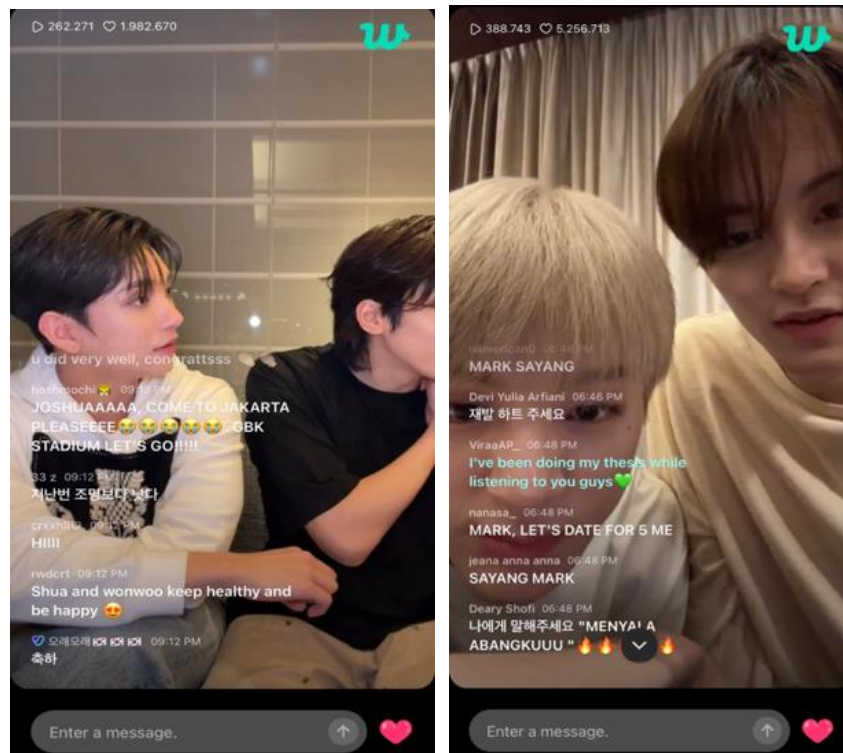
## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil observasi menunjukkan bahwa Weverse dilengkapi dengan fitur-fitur yang digunakan oleh penggemar



untuk beraktivitas dalam komunitas secara lebih fleksibel. Sebagai bagian dari komunitas *mobile*, para penggemar ingin tetap saling berbagi opini dan pengalamannya bahkan saat mereka sedang berpindah tempat atau beraktivitas (Schau et al., 2012). Salah satu fitur yang mengkomodasi hal ini adalah fitur *live*.

**Gambar 1.** Fitur *Live*



**Sumber:** Tangkapan layar pada Fitur *Live* di *Weverse*, diakses pada 17 April 2025 dan 19 Mei 2024

Penggemar dari berbagai negara dapat bergabung dalam satu sesi *live* dan berpartisipasi dalam interaksi yang bersifat lintas budaya dan situasional. Mereka menggunakan bahasa, humor, ataupun referensi personal ketika berekspresi dalam kolom komentar. Hal ini merefleksikan bahwa mereka tetap berpartisipasi dalam komunitas walau berbeda secara konteks sosial. Kemudian, selama siaran *live* berlangsung, pengguna tidak hanya menonton tetapi juga dapat menuliskan komentar, memberikan *like*, atau sembari melakukan aktivitas lainnya. Hal ini mencerminkan praktik *polychronicity* dalam ekosistem *Weverse*

Fitur ini memberikan ruang bagi para penggemar untuk mengakses konten secara langsung (*real time*). Meskipun berlangsung secara langsung, pengguna juga dapat menonton siaran ulang yang memperlihatkan fleksibilitas temporal untuk berpartisipasi.

sebagai ruang terbentuknya komunitas *mobile*.

Aplikasi *Weverse* juga memungkinkan penggunanya menerima notifikasi otomatis saat idola yang mereka ikuti melakukan *live*. Notifikasi memberikan ruang bagi mereka untuk segera merespons dan bergabung dengan siaran tersebut atau memilih untuk menontonnya nanti. Hal ini menunjukkan bahwa penggemar memiliki kontrol atas ritme waktu untuk berpartisipasi.

Selanjutnya, *Weverse* menyediakan fitur *community/feed* dan *fan letter*. Setiap artis atau grup di *Weverse* memiliki halaman komunitas khusus di mana

penggemar yang bergabung dapat mengakses konten eksklusif, menulis unggahan, membaca unggahan penggemar lain, dan memberi komentar di sana. Melalui fitur ini, penggemar dapat berbagi konten dan berinteraksi dengan sesama penggemar yang tersebar di seluruh belahan dunia. Untuk mengatasi hambatan bahasa, *Weverse* memiliki fitur terjemahan bahasa (*translate*) untuk memudahkan penggemar memahami berbagai konten yang diunggah oleh artis atau penggemar lintas negara.

Komunikasi dalam fitur ini dilakukan secara asinkron dan fleksibel.

**Gambar 2.** Fitur *Community/Feed*



**Sumber:** Tangkapan layar pada *Community Post Seventeen* di *Weverse*, diakses pada 24 April 2025

Penggemar tidak perlu hadir secara bersamaan untuk tetap terhubung. Mereka dapat membaca dan membalas unggahan tersebut kapan dan di mana saja. Kemudian, adakalanya fitur terjemahan otomatis dalam *community/feed* ini mendukung keterhubungan penggemar yang berbeda bahasa sehingga batasan dalam ruang komunitas global ini dapat

Pengguna bebas mengunggah konten dalam bentuk teks, gambar, atau video, kapan pun mereka mau. Interaksi yang terjadi antar penggemar di sini tidak membutuhkan relasi antar personal yang kuat, bahkan orang asing dapat saling membalas komentar atau memberikan reaksi terhadap unggahan satu sama lain. Hal ini menciptakan jembatan hubungan sosial baru berbasis minat bersama. Kesamaan minat tersebut dapat mengarah pada terbentuknya hubungan dan rasa kebersamaan di antara penggemar (Koh & Kim, 2003).

direduksi meskipun hasil terjemahan yang dihasilkan masih jauh dari sempurna.

Berbagai fitur di *Weverse* memfasilitasi tidak hanya antara penggemar dan idolanya, tetapi juga interaksi antar penggemar itu sendiri (Zain, 2023). Dalam observasi peneliti, hal lain yang terlihat dalam aktivitas penggemar di fitur ini adalah inisiasi

kegiatan *fan project*. Aktivitas *fan project* menggambarkan bagaimana komunitas penggemar memanfaatkan *Weverse* sebagai ruang untuk bekerjasama, berkomunikasi, dan berpartisipasi dalam komunitas meskipun mereka tidak berada dalam tempat yang sama atau bahkan

sedang dalam mobilitas kegiatan lainnya. Interaksi yang terjadi dalam *fan project* dapat berdampak pada hubungan sosial yang memungkinkan terjadinya komunikasi yang lebih sering dan keterhubungan yang lebih dalam (Arminen & Weilenmann, 2009).

**Gambar 3.** *Fan Project* pada *Community Post*



**Sumber:** Tangkapan layar pada *Community Post* Seventeen di *Weverse*, diakses pada 24 April 2025

Komunitas *mobile* merujuk pada anggotanya yang beraktivitas, berkomunikasi, dan ikut serta dalam kegiatan komunitas dengan berpindah-pindah tempat (Kietzmann et al., 2013). Dalam konteks ini, kegiatan yang dilakukan oleh penggemar dalam berbagai fitur di aplikasi *Weverse* merujuk pada penggambaran komunitas *mobile* yang diwadahi oleh sebuah aplikasi *mobile*. Mobilitas yang merujuk pada dimensi spasial, temporal, dan kontekstual tergambar dari fitur-fitur aplikasi ini (Kakihara & Sorensen, 2001). Mobilitas

spasial tidak hanya merujuk pada perpindahan fisik manusia, tetapi juga pada mobilitas objek, simbol, dan ruang dalam interaksi sosial yang dimediasi teknologi. Mobilitas temporal berkaitan dengan bagaimana teknologi memungkinkan fleksibilitas waktu dalam berinteraksi. Terdapat pergeseran dari *monochronic* (satu waktu, satu kegiatan) ke *polychronic* (banyak kegiatan dalam waktu yang bersamaan). Sedangkan mobilitas secara kontekstual mengacu pada kemampuan manusia untuk berinteraksi secara lintas konteks yang berarti interaksi bisa terjadi



meskipun para pelakunya berada dalam konteks yang sangat berbeda dan teknologi berperan penting dalam membuka kemungkinan ini.

Selain melakukan observasi, peneliti melakukan wawancara kepada 3 informan yang merupakan pengguna aplikasi *Weverse*. Data wawancara memberikan gambaran terkait aktivitas dan interaksi sesama penggemar yang terhubung secara global dalam komunitas *mobile* pada aplikasi *Weverse*.

### **Motivasi Menggunakan Aplikasi *Mobile Weverse***

Informan menceritakan bagaimana mereka berakhir membuat keputusan untuk menggunakan *Weverse*. Dua informan melihat bahwa idola mereka aktif menggunakan *Weverse* untuk berinteraksi dengan para penggemar dibandingkan pada platform media sosial lainnya sehingga mereka memutuskan untuk menggunakan aplikasi ini.

#### **Informan 2**

“Terus pas tau Treasure dapat interaksi fansnya itu di *Weverse*, jadi pada saat itu mau gak mau kan aku install *Weverse* ya. Terus kok dipakai untuk interaksi sama fans lain juga nyaman.”

#### **Informan 3**

“BTS suka nge-Livenya di *Weverse* waktu itu, mau gamau kita pengen catch up sama mereka terus. Terus mereka ternyata waktu itu banyak update disitu juga.”

Satu informan lainnya menjelaskan bahwa motivasi awal ia menggunakan *Weverse* adalah untuk melihat info terkait pembelian *merchandise*. Namun lambat laun ia menggunakan aplikasi ini untuk mengikuti aktivitas idola dan fandomnya.

#### **Informan 1**

“Awalnya karena informasi open PO (pre order) merchandise, gitu-gitu. Tapi kalau sekarang karena Woozi sama fandom aktivitas di sana, jadi aku ngikutin mereka pake *Weverse*.”

Penggemar dalam hal ini merupakan pengguna media yang dapat memilih untuk menggunakan suatu media guna memenuhi kebutuhannya (E. Katz et al., 1973). Penggemar memilih menggunakan *Weverse* guna memenuhi kebutuhan akan hiburan, informasi maupun interaksi.

### **Fitur pada Aplikasi *Mobile Weverse***

Salah satu informan menggambarkan *Weverse* sebagai satu aplikasi dengan berbagai fitur yang lebih solid. Ia menemukan bahwa aplikasi ini memberinya ruang untuk melakukan berbagai aktivitas sebagai penggemar.

#### **Informan 1**

“Di sini kayak semua ada, compact gitu. Terus fitur dia lebih banyak dibanding platform lain. Kita bisa nge-post sesama fans, kita bisa nge-post ke artisnya, kadang juga kita bisa nge-post foto, video, terus ngirim cheering kit ke artisnya”

Kedua informan lainnya juga menggambarkan hal yang sama. Fitur-fitur ini mewadahi penggemar dalam melakukan aktivitas seperti produksi dan distribusi konten (Jenkins, 2018), diskusi dan berbagi informasi, dan berpartisipasi dalam berbagai aktivitas lainnya. Semua aktivitas ini memanfaatkan kemudahan akses melalui internet yang mendukung aktivitas penggemar secara lebih luas (Sandvoss, 2011).

Informan 2:

“Nah, kalau misalkan Weverse tuh ada semua di situ. Kayak fitur dari ada kita interaksi sama fans ada, live artisnya ada, terus yang informasi mengenai penjualan merch-nya ada.”

Informan 3:

“Fitur yang bisa dipake juga macem-macem. Suka liat live artisnya, liat postingan artisnya sama baca konten fans lain. Suka liat ada fanpro (fan project) juga”

Keberadaan fitur yang lengkap ini akan membantu fleksibilitas penggemar untuk tetap beraktivitas dalam memproduksi dan mendistribusi makna. Mereka dapat melakukan berbagai bentuk aktivitas dalam sebuah komunitas penggemar.

### **Partisipasi dalam Produksi dan Distribusi Konten melalui Aplikasi *Mobile***

Partisipasi penggemar dalam distribusi dan produksi konten pada aplikasi *Weverse* menggambarkan keterlibatan penggemar dalam budaya digital. Partisipasi ini hadir karena adanya kemudahan bagi penggemar untuk tidak hanya mengakses konten tapi juga menciptakan, membagikan, dan merespons konten dalam ruang digital yang dinamis. Partisipasi ini menjadi kultur penggemar untuk terus memproduksi makna dan membentuk identitas kolektifnya (Jenkins, 2005).

Penggemar memproduksi, mendistribusi, serta merespons makna melalui fitur-fitur yang terdapat pada *Weverse*. Mereka akan mengunggah konten berupa teks, gambar, atau video untuk mendukung idolanya atau agar dapat berinteraksi dengan sesama penggemar.

Informan 2

“Kita tuh jadi bisa nge-post sesama fans, kita bisa nge-post ke artisnya, kadang juga aku nge-post foto, video, terus ngirim cheering kit ke artisnya. Kayak dari ada kita interaksi sesama fans ada, Live interaksi sama artisnya ada, terus yang informasi mengenai penjualan merch-nya ada.”

Informan 3

“.....Terus kita bisa posting disana kan. Aku suka posting hasil gambar aku gitu, terus kayak di like sama sesama fans. Seneng sih. Jadi ga cuma liat Live aja.”

Fitur-fitur dalam *Weverse* yang dapat digunakan di mana saja dan kapan saja memudahkan penggemar untuk tetap terhubung dengan komunitasnya. Aktivitas mereka yang terjadi di dalam komunitas ini menjadi rutinitas yang melekat pada kehidupan sehari-hari. *Weverse* menjadi aplikasi yang kerap mereka akses setiap hari sekedar untuk terhubung dengan sesama penggemar, membaca/mencari informasi, dan untuk berpartisipasi dengan aktivitas komunitas. Kemudahan ini diperoleh karena penggemar dapat dengan mudah mengakses aplikasi *Weverse* melalui ponsel mereka. Dalam hal ini, informan 1 menambahkan, “.....Soalnya gampang kan, cuma satu aplikasi bisa semuanya dan biasa aku ada di hp. Jadi gampang buat buka.”

### **Distribusi Informasi Terkini melalui Aplikasi *Mobile***

Ketiga informan menjelaskan bahwa mereka menggunakan *Weverse* karena platform aplikasi ini menyediakan informasi yang lebih terkini dibandingkan dengan media sosial lainnya. Selain itu, mereka juga dapat mengakses konten eksklusif. Konten eksklusif ini menjadi

daya tarik utama sehingga penggemar rela untuk membeli akun *membership* untuk dapat mengaksesnya.

Walaupun dari ketiga informan menjelaskan bahwa konten ini nantinya juga akan disebar oleh pengguna lain di media sosial seperti Instagram dan Twitter, ketiga informan merasa adanya kepuasan tersendiri ketika mendapatkan informasi atau melihat konten idola mereka secara langsung di *Weverse*. Mereka merasa senang jika dapat mengetahui berbagai informasi atau berita dalam komunitas ini lebih awal. Kecepatan akses informasi menjadi faktor penting dalam keputusan penggemar untuk menggunakan *Weverse*.

Semua informan sepakat bahwa aplikasi *Weverse* menyajikan konten eksklusif yang memberikan nilai tambah bagi para penggemar. Salah satu informan meyakini bahwa meskipun informasi atau konten dari aplikasi tersebut berpotensi tersebar di media sosial lain seperti *Twitter*, memiliki akses langsung ke konten yang orisinal, lebih awal, dan melalui jalur yang legal di *Weverse* memberikan kebanggaan tersendiri bagi penggemar. Lebih lanjut, daya tarik *Weverse* juga terletak pada adanya konten-konten berupa TMI (*Too Much Information*) yang bersifat lebih personal dan membuat penggemar merasa lebih dekat dengan idola mereka. Informan kemudian menyampaikan bahwa mengetahui informasi semacam ini lebih awal memberikan *euforia* tersendiri dibandingkan jika mengetahuinya belakangan. Informan lain menambahkan bahwa meskipun disadari konten di *Weverse* seringkali dibagikan ulang di platform lain, mendapatkan akses langsung dan lebih cepat dari sumber aslinya di *Weverse* tetap dianggap sebagai pengalaman yang lebih memuaskan bagi para penggemar.

Pengalaman ini menunjukkan bahwa akses awal terhadap informasi tidak

hanya memberikan kepuasan personal, tetapi juga menjadi bentuk partisipasi dalam dinamika komunitas penggemar. Akses lebih awal terhadap informasi menjadi simbol status dalam komunitas di mana individu yang mengetahui berita atau konten terbaru dianggap lebih terlibat dan berpengetahuan dibandingkan yang lain (Baym, 2007). Sandvoss (2005) menggambarkan bahwa kegiatan yang dilakukan secara terus menerus dalam mengikuti perkembangan idola melalui pencarian informasi membentuk rutinitas emosional dalam kehidupan penggemar yang memperdalam rasa kedekatan dan loyalitas mereka terhadap komunitas penggemar tersebut.

Penggemar mengandalkan aplikasi *Weverse* untuk mendapatkan informasi terbaru dan konten eksklusif juga mencerminkan karakteristik komunitas *mobile*. Fleksibilitas akses yang ditawarkan aplikasi ini memungkinkan penggemar untuk selalu terkini terhadap aktivitas idola mereka di mana pun mereka berada. Hal ini memperlihatkan bahwa keterlibatan dalam komunitas penggemar tidak lagi memerlukan kehadiran fisik tapi dapat dijaga melalui konektivitas digital (Ito et al., 2006).

### **Fleksibilitas dalam Komunitas Mobile berbasis Aplikasi**

Penggunaan *Weverse* sebagai media dalam beraktivitas dalam suatu komunitas memberikan fleksibilitas bagi penggemar tanpa terikat oleh konteks, waktu dan tempat. Informan menunjukkan bagaimana *Weverse* memberikan kesempatan mereka untuk mendengarkan, menonton, dan mendapatkan informasi mengenai idola mereka kapan saja dan di mana saja. Informan menjelaskan bahwa mereka berinteraksi dan berpartisipasi dalam berbagai aktivitas pada komunitas ini bahkan saat sedang bekerja atau berkendara.

Informan pertama menyatakan akan selalu menonton *Live* dari idolanya jika sedang tidak memiliki kegiatan penting seperti presentasi. Ia akan menyempatkan untuk menulis komentar di sesi *Live* walaupun ia tidak memperhatikan dengan seksama siaran tersebut. Sementara itu, informan kedua bahkan tetap membuka dan mendengarkan siaran langsung dari idolanya meskipun sedang berkendara dan tidak dapat melihat visualisasinya. Hal ini menunjukkan bahwa notifikasi *Live* dari *Weverse* memiliki daya tarik yang kuat dan penggemar berusaha untuk tetap terhubung, baik secara visual maupun audio, dengan idola mereka kapan pun kesempatan memungkinkan.

Fleksibilitas yang ditawarkan oleh aplikasi *mobile* menjadi faktor kunci dalam mendukung perkembangan komunitas, terutama komunitas berbasis mobilitas. Aplikasi ini memungkinkan anggota komunitas untuk tetap terhubung dan berpartisipasi secara aktif meskipun berada pada dimensi spasial, temporal, dan kontekstual yang berbeda. Fleksibilitas ini berperan dalam membentuk perkembangan sebuah komunitas. Fleksibilitas ini mendukung komunitas dalam menjangkau berbagai tujuan, seperti memkoordinasikan kegiatan, membangun kepercayaan dan rasa kebersamaan, hingga menjaga hubungan sosial antar anggotanya (R. S. Ling, 2008)

Informan lainnya menjelaskan bahwa keluwesan yang didapatkan ketika menggunakan *Weverse* juga sangat terlihat pada dimensi temporal. Hal ini tercermin dari bagaimana perbedaan waktu antara Indonesia dan Korea Selatan tidak membatasi informan untuk mengakses konten dari idolanya menggunakan aplikasi ini.

Informan 3

“.....perbedaan waktu di Korea dan Indonesia *kan* lumayan beda

ya meskipun cuma beberapa jam aja, misalkan *Live* atau postingan aku tuh bisa buka semauku, kapan aja aku pengen, kapan aja aku sempet.”

Platform *Weverse* yang digunakan oleh ketiga informan dalam bentuk aplikasi *mobile* ini membuat mereka merasa memiliki kesempatan untuk beraktivitas dalam komunitas tanpa mengkhawatirkan perbedaan konteks, tempat, dan waktu. Hal ini memungkinkan mereka untuk tetap dapat mengikuti aktivitas idola atau komunitas penggemar ini melalui *Weverse* dimana pun dan kapan pun. Media berbasis teknologi aplikasi *mobile* telah mengubah cara kita memahami dan mengalami keterikatan dan kedekatan dalam berinteraksi. Konektivitas yang konsisten terjadi antara sesama penggemar maupun penggemar dengan idolanya melalui aplikasi *Weverse* dapat menciptakan rasa ketersediaan dan kedekatan. Hal ini membuat penggemar merasa seperti mereka adalah bagian dari suatu komunitas.

*Weverse* sebagai wadah pembentukan komunitas *mobile* juga memberikan kesempatan penggemar untuk dapat berinteraksi dengan penggemar secara global. Informan menjelaskan bahwa interaksi ini dirasa menarik karena ia berada di satu komunitas global dengan ketertarikan yang sama terhadap satu idola. Para penggemar di sini mengandalkan aplikasi *Weverse* sebagai teknologi komunikasi untuk saling terhubung baik ketika mereka di lokasi yang sama atau bahkan ketika mereka tersebar jauh di berbagai belahan dunia (Dubé et al., 2005). Interaksi penggemar pada media ini dapat digunakan untuk membangun dan memelihara hubungan sosial dalam komunitas (Lizzo & Liechty, 2022).

Aplikasi *fan community Weverse* merupakan perwujudan dari komunitas *mobile*. Hal ini tergambar dari bagaimana anggotanya melakukan tugas, berkomunikasi satu sama lain, dan berpartisipasi saat sedang bermobilitas (Kietzmann et al., 2013). Mereka melakukan kerja penggemar dengan merespons, memproduksi dan mendistribusi konten sebagai bagian dari kultur penggemar dalam aplikasi ini walaupun sedang dalam aktivitas pekerjaan lain. Sama halnya dengan komunitas pada umumnya (Bury, 2017), komunitas *mobile* menjadi bagian penting dari budaya partisipatif. Dalam aktivitas kesehariannya, penggemar tidak terlepas dari aplikasi ini untuk tetap berinteraksi dan berpartisipasi dalam mendukung idola mereka ataupun sesamanya.

## KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa komunitas penggemar dalam aplikasi *Weverse* menggambarkan bentuk komunitas *mobile*. Melalui fleksibilitas spasial, temporal, dan kontekstual yang ditawarkan oleh aplikasi *mobile*, penggemar dapat tetap terhubung dan berpartisipasi aktif dalam komunitas meskipun berada dalam kondisi mobilitas yang tinggi. Interaksi yang terjadi tidak hanya mencakup komunikasi, tetapi juga kolaborasi dalam aktivitas komunitas seperti *fan project* dan distribusi konten. Komunitas *mobile* menunjukkan adanya keterlibatan sosial yang bergerak bersama dengan ritme keseharian penggunaannya. Dengan mengangkat komunitas *mobile* sebagai fokus utama, penelitian ini menggambarkan dinamika sosial penggemar yang bergerak seiring perkembangan teknologi komunikasi seluler. *Weverse* sebagai platform aplikasi *mobile* menjadi gambaran mengenai ruang digital yang kini melebur dengan aktivitas keseharian pengguna.



## REFERENSI

- Arminen, I., & Weilenmann, A. (2009). Mobile presence and intimacy- Reshaping social actions in mobile contextual configuration. *Journal of Pragmatics*, 41(10), 1905–1923. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2008.09.016>
- Bacon-Smith, C. (1992). *Enterprising Women: Television Fandom and The Creation of Popular Myth*. University of Pennsylvania Press.
- Baym, N. K. (2007). The New Shape of Online Community: The Example of Swedish Independent Music Fandom. *First Monday*, 12(8).
- Bennett, L. (2014). Tracing Textual Poachers: Reflections on the development of fan studies and digital fandom. *Journal of Fandom Studies*, The, 2(1), 5–20. [https://doi.org/10.1386/jfs.2.1.5\\_1](https://doi.org/10.1386/jfs.2.1.5_1)
- Bury, R. (2017). Technology, fandom and community in the second media age. *Convergence*, 23(6), 627–642. <https://doi.org/10.1177/1354856516648084>
- de Bruijn, M. (2014). Connecting in mobile communities: An African case study. *Media, Culture and Society*, 36(3), 319–335. <https://doi.org/10.1177/0163443714521088>
- Deng, S., Huang, L., Taheri, J., Yin, J., Zhou, M. C., & Zomaya, A. Y. (2017). Mobility-aware service composition in mobile communities. *IEEE Transactions on Systems, Man, and Cybernetics: Systems*, 47(3), 555–568. <https://doi.org/10.1109/TSMC.2016.2521736>
- Drif, A., Boukerram, A., Slimani, Y., & Giordano, S. (2017). Discovering Interest Based Mobile Communities. *Mobile Networks and Applications*, 22(2), 344–355. <https://doi.org/10.1007/s11036-017-0811-3>
- Dubé, L., Bourhis, A., & Jacob, R. (2005). The impact of structuring characteristics on the launching of virtual communities of practice. *Journal of Organizational Change Management*, 18(2), 145–166. <https://doi.org/10.1108/09534810510589570>
- Hillis, K. , P. S. , & P. M. (2015). Networked affect. *Information, Communication & Society*, 19(12), 1777–1780. <https://doi.org/10.1080/1369118x.2016.1211725>
- Ito, M. (2003). *Mobiles and The Appropriation of Place*. [www.receiver.vodafone.com](http://www.receiver.vodafone.com).
- Ito, Mizuko., Okabe, Daisuke., & Matsuda, Misa. (2006). *Personal, portable, pedestrian : mobile phones in Japanese life*. MIT Press.
- Jenkins, H. (2005). *TEXTUAL POACHERS: TELEVISION FANS & PARTICIPATORY CULTURE*. Routledge.
- Jenkins, H. (2018). *Fandom, Negotiation, and Participatory Culture*.
- Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2013). *Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture*. New York University Press.
- Kakihara, M., & Sorensen, C. (2001). *Expanding the “Mobility” Concept*. 22 No 3.

- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and Gratifications Research. *Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509–523.  
<http://poq.oxfordjournals.org/>
- Katz, James. E. (2006). *Magic in the Air: Mobile Communication and the Transformation of Social Life*. NJ: Transaction Publishers.
- Kietzmann, J., Plangger, K., Eaton, B., Heilgenberg, K., Pitt, L., & Berthon, P. (2013). Mobility at work: A typology of mobile communities of practice and contextual ambidexterity. *Journal of Strategic Information Systems*, 22(4), 282–297.  
<https://doi.org/10.1016/j.jsis.2013.03.003>
- Kim, M. S., & Kim, H. M. (2017). The effect of online fan community attributes on the loyalty and cooperation of fan community members: The moderating role of connect hours. *Computers in Human Behavior*, 68, 232–243.  
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.11.031>
- Kim, M. S., Wang, S., & Kim, S. (2023). Effects of Online Fan Community Interactions on Well-Being and Sense of Virtual Community. *Behavioral Sciences*, 13(11).  
<https://doi.org/10.3390/bs13110897>
- Koch, M., Groh, G., & Hillebr, C. (2002). *MOBILE COMMUNITIES: EXTENDING ONLINE COMMUNITIES INTO THE REAL WORLD*. AMCIS.  
<http://www.cosmos-community.org/>
- Koh, J., & Kim, Y. G. (2003). Sense of virtual community: A conceptual framework and empirical validation. *International Journal of Electronic Commerce*, 8(2), 75–94.  
<https://doi.org/10.1080/10864415.2003.11044295>
- Kozinets, R. V. (2010). *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*. SAGE Publications Ltd.
- Kozinets, R. V., & Gretzel, U. (2024). Netnography evolved: New contexts, scope, procedures and sensibilities. *Annals of Tourism Research*, 104.  
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2023.103693>
- Liew, H. (2020). Fandom in My Pocket: Mobile Social Intimacies in WhatsApp Fan Groups. In C. S. Uy-Tioco (Ed.), *Mobile Media and Social Intimacies in Asia: Reconfiguring Local Ties and Enacting Global Relationships* (pp. 77–93).  
<http://www.springer.com/series/13350>
- Ling, R. (2004). *The Mobile Connection: The Cell Phone's Impact on Society*. Morgan Kaufmann.
- Ling, R. S. (2008). The Mediation of Ritual Interaction via the Mobile Telephone. In J. E. Katz (Ed.), *Handbook of Mobile Communication Studies*. The MIT Press.
- Lizzo, R., & Liechty, T. (2022). The Hogwarts Running Club and Sense of Community: A Netnography of a Virtual Community. *Leisure Sciences*, 44(7), 959–976.  
<https://doi.org/10.1080/01490400.2020.1755751>
- Prykop, C., & Heitmann, M. (2006). *Designing Mobile Brand Communities: Concept and Empirical Illustration*.
- Raiti, G. C. (2007). Mobile intimacy: Theories on the economics of emotion with examples from Asia. *Journal of Media Culture*, 10(1), 1–10.

- Rhee, Y., & Lee, J. (2009). A Model of Mobile Community: Designing User Interfaces to Support Group Interaction. *Interactions*, 16(6), 48. <https://doi.org/10.1145/1620693.1620704>
- Sandvoss, C. (2005). *Fans: The Mirror of Consumption*. Polity Press.
- Sandvoss, C. (2011). Fans Online: Affective Media Consumption and Production in the Age of Convergence. In *Online Territories* (pp. 49–74). Peter Lang.
- Schau, V., Kirchner, K., Stolcis, C., Erfurth, C., Eichler, G., & Rossak, W. R. (2012). Mobile Communities – Current Status and Challenges. In A. A. Lazakido (Ed.), *Virtual Communities, Social Networks and Collaboration*. Springer. <http://www.springer.com/series/7573>
- Schubert, P., & Hampe, J. F. (2006). Mobile communities: How viable are their business models? An exemplary investigation of the leisure industry. *Electronic Commerce Research*, 6(1), 103–121. <https://doi.org/10.1007/s10660-006-5990-0>
- Thorne, S. L., Sauro, S., & Smith, B. (2015). Technologies, identities, and expressive activity. In *Annual Review of Applied Linguistics* (Vol. 35, pp. 215–233). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/S0267190514000257>
- Tschersich, M., Kahl, C., Heim, S., Crane, S., Böttcher, K., Krontiris, I., & Rannenberg, K. (2011). Towards privacy-enhanced mobile communities - Architecture, concepts and user trials. *Journal of Systems and Software*, 84(11), 1947–1960. <https://doi.org/10.1016/j.jss.2011.06.048>
- Zain, L. (2023, May 4). *Apa Itu Weverse? Platform Populer di Kalangan Fans KPop*. <https://www.idntimes.com/Tech/Trend/Laili-Zain-Damaika-1/Weverse-Adalah?Page=all>