

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Diera konvergensi memperluas jaringan sosial dan meningkatkan partisipasi dalam bermedia. Jenkins (2006) mengatakan budaya konvergensi merupakan teknologi baru yang didefinisikan ulang budaya partisipatori pada era digital. Pada budaya konvergensi, penggemar menjadi pusat bagaimana budaya berjalan dengan semestinya karena penggemar sebagai konsumen media sosial dapat menyimpan, memberikan keterangan, menyesuaikan dan mengubah konten media.

Media sosial memungkinkan adanya ruang bagi para penggemar EXO untuk berbagi informasi menggunakan anonim. Akun yang menjadi wadah bagi para penggemar EXO untuk berdiskusi dan berbagi disebut akun otomatis komunitas penggemar EXO di Twitter yakni akun *autobase* @aeribase.

Budaya partisipasi merupakan salah satu elemen atau konsep yang penting dalam budaya konvergensi. Ada tiga konsep yang penting dalam budaya konvergensi (*convergence culture*) yaitu budaya partisipatory, konvergensi media, kecerdasan kolektif (*intelegence kolektif*). Adanya aktivitas di komunitas penggemar EXO khususnya pada akun otomatis @aeribase yang menunjukkan adanya budaya partisipasi yaitu Jenkins (2006), mengatakan penggemar tidak hanya tumbuh menjadi pilihan media di era internet, seperti yang dilakukan di era televisi. Ia menyatakan bahwa ia juga terlibat dalam penciptaan, memformat, mengonversi dan menyebarkan konten media. Jenkins menyebut fenomena ini sebagai ‘budaya partisipatori’. Jenkins (2006), budaya partisipatori merupakan budaya yang secara individu maupun kelompok yang bertindak tidak hanya sebagai konsumen namun bisa menjadi kontributor atau produser (prosumers). Budaya partisipasi diartikan sebagai satu bentuk budaya baru yang dikembangkan dengan teknologi informasi dimana individu atau anggota kelompok dapat berpartisipasi dalam pembuatan dan distribusi konten (Jenkins, 2006). Menurut Deodato (2014) bahwa interaksi menggunakan teknologi informasi digital membuat transisi budaya konsumen menuju

participatory culture (budaya partisipatif) dimana masyarakat tidak hanya sebagai produsen konten atau yang dikenal dengan istilah prosumer yaitu produsen sekaligus konsumen informasi. Dalam akun @aeribase menunjukkan budaya partisipasi dimana *followers* akun otomatis @aeribase tidak hanya sebagai konsumen untuk mendapatkan informasi *followers* akun otomatis @aeribase bisa menjadi kontributor yang memberikan informasi melalui akun tersebut.

Terdapat empat unsur – unsur budaya partisipatif terdiri dari Afiliasi (*Affiliations*), para penggemar EXO membutuhkan tempat untuk mencari informasi tentang idolanya melalui komunitas penggemar di media social salah satunya Twitter. Yimeilin adalah pemilik akun otomatis komunitas penggemar EXO yaitu @aeribase yang membuat wadah untuk para penggemar EXO berdiskusi dan mendapatkan informasi, cukup dengan mengikuti akun @aeribase akan mendapatkan informasi jika ingin menyebarkan informasi melalui akun tersebut pastikan sudah diikuti balik oleh @aeribase maka bisa melakukan *menfess* (*mention confess*) secara anonim melalui *direct message* pada akun @aeribase dan akun tersebut mempunyai format kode tertentu seperti “/ab” sebagai tanda yang akan digunakan untuk mengirimkan *menfess*. Ekspresi (*Expression*), di akun @aeribase para penggemar EXO khususnya *followers* @aeribase telah telah berkontribusi membuat konten seperti *meme*, *fanart*, AU (*alternate universe*) yang berkaitan dengan EXO di akun otomatis komunitas penggemar EXO @aeribase. Kerja dalam tim (*Collaborative Problem Solving*), penggemar EXO memanfaatkan akun autobase @aeribase untuk mengajak penggemar EXO mendukung EXO dengan cara memberikan link *vote* melalui akun *autobase* @aeribase untuk memenangkan suatu acara, lalu saling berdiskusi mengenai cara voting, cara membeli tiket konser atau membeli album guna saling membantu sesama penggemar. Membentuk alur media (*circulation*), penggemar yang memiliki *fan account* di media sosial khususnya Twitter memanfaatkan akun otomatis disuatu komunitas online untuk menggunggah atau *tweet* yang berkaitan dengan idolanya, dikarenakan *engagement* atau alat ukur untuk melihat tingkat keterlibatan audiens lebih besar di *fanbase* dibandingkan *fan account*.

Konsep budaya konvergensi selanjutnya yaitu, konvergensi media. Konvergensi media menurut Henry Jenkins (2006) diartikan sebagai aliran konten di beberapa platform media, kerjasama industri dengan media dan kegiatan migrasi media. Fenomena ini terjadi akibat kemunculan teknologi digital dan media baru. Kedua faktor ini memungkinkan masyarakat untuk memperoleh informasi melalui beberapa platform sekaligus. Beliau juga menjelaskan bahwa konvergensi media juga berarti kemampuan media untuk mengirimkan berbagai bentuk konten kepada masyarakat. Misalnya, PC ataupun laptop kini bisa digunakan untuk mendapatkan berita, menonton film, mengirim email, berkomunikasi dengan orang lain dan lain sebagainya. Itulah contoh bagaimana satu media dapat digunakan untuk berbagai tugas seperti mengeluarkan aktivitas termasuk berbagai macam jenis konten informasi, seperti pada akun otomatis komunitas penggemar EXO di Twitter yang bernama @aeribase. Akun Twitter tersebut bisa dijangkau melalui laptop, komputer maupun handphone yang memiliki jaringan internet. Di akun tersebut adanya aktivitas yang menampilkan beberapa macam konten informasi maupun hiburan seperti memberikan informasi yang terbaru, berdiskusi dengan sesama penggemar, mempromosikan suatu kegiatan mengenai EXO, mendukung EXO melalui *voting* dan *streaming* lalu ada juga jenis konten yang menghibur seperti main teka teki.

Kecerdasan kolektif mendefinisikan sebagai kemampuan kelompok untuk memecahkan lebih banyak masalah dari pada masalah anggota secara individual. Pada penelitian ini contohnya pada akun otomatis komunitas penggemar EXO @aeribase, dimana akun tersebut bisa menjadi kontributor yang menciptakan ruang untuk berbagi informasi dan siapa pun dapat berkontribusi di akun tersebut apabila seseorang sudah saling mengikuti akun @aeribase.

Membahas mengenai penggemar, seorang penggemar menunjukkan rasa kagumnya kepada idolanya dengan berbagai cara misalnya menyebarkan informasi kegiatan kepada penggemar lain, membuat karya fiksi dengan idola sebagai konsep utama, mengadakan suatu acara yang berkaitan dengan

idolanya, penggemar menunjukkan eksitensinya kepada idolanya. Fenomena ini dapat disebut budaya partisipatori.

Fandom adalah kelompok penggemar yang menyukai terhadap suatu hal, misalnya seperti penyanyi, actor, atau suatu benda. Pada 5 Agustus 2014, EXO mengumumkan nama penggemar atau nama fandom mereka yaitu EXO-Love atau disingkat EXO-L. Penggunaan kata “L” merupakan usulan dari leader EXO, yaitu Suho. Bahwa posisi “L” berada di tengah abjad “K” dan “M” yang mempunyai arti bahwa mereka, EXO-K, EXO-L dan EXO-M sama dengan satu. Karena sesuai dengan slogan mereka, yaitu “WE ARE ONE” (Dea, 2020).

Penggemar tersebut telah mengembangkan tindakan mencari teks menjadi sebuah bentuk seni (Jenkins, 2006). Yang mencirikan penggemar yaitu berperilaku berlebihan dan berdekatan dengan kegilaan terhadap sesuatu. Lalu para penggemar yang bersatu dalam fandom merupakan salah satu komunitas virtual yang keadaan dimana seseorang menggemari sesuatu atau segala sesuatu yang meliputi budaya atau perilaku penggemar (Lewis, 2002). Jenkins (2006) menggunakan istilah *textual poachers* atau pemburu teks yang menggambarkan aktivitas penggemar sebagai “pembaca yang kritis”.

Dari sekian banyak *boyband* asal Korea, EXO merupakan salah satu *boyband* yang berasal dari Korea yang cukup populer dan banyak sekali penggemarnya. Dilansir dari Amira (2020) EXO sudah 8 tahun berkarier popularitasnya masih di puncak alasannya EXO masih disebut menarik banyak orang untuk masuk ke fandom mereka. Dilansir dari Rohma (2017) bagi penggemar yang hanya bermodal kuota internet cara mereka untuk mendukung idolanya yaitu rela mengorbankan kuota internet dan waktunya. Beberapa cara yang dilakukan para penggemar yang bermodalkan kuota internet yaitu melakukan *streaming* seperti video musik dan menonton konser idola melalui “*fancam*” yang di unggah penggemar lewat akun media sosial, lalu cara selanjutnya mencari informasi lewat akun media sosial idola dan yang tak kalah penting yaitu memiliki banyak akun sosial media untuk meng-vote idolanya dalam acara penghargaan.

Semakin ada rasa keinginan para penggemar untuk mendapatkan informasi lebih sehingga memunculkan beberapa akun Twitter di antaranya ada

fan account, *fanbase*, dan *fanbase* yang berbasis *autobase* untuk berbagi informasi. Biasanya penggemar EXO menemukan informasi atau memberi informasi kepada sesama EXO-L melalui akun otomatis *fanbase* EXO di Twitter, yang dimana pengguna Twitter dapat mengirim pesan berupa pertanyaan atau informasi secara anonim melalui *direct message* yang terdapat pada profil akun *autobase* tersebut (Kateje, 2019). Maka dari itu EXO-L berkumpul di Twitter karena Twitter paling cepat mendapatkan informasi dari media sosial lainnya, biasanya mereka mengikuti akun seperti *fanbase* ataupun *autobase* .

Salah satu akun *fanbase* EXO yang menyediakan *autobase* atau biasa dikenal *menfess* akun tersebut bernama @aeribase. Akun twitter @aeribase dibuat sejak September 2012, yang dikelola sendiri oleh Yimeilin selaku *owner* @aeribase. Arti nama dari akun @aeribase yaitu “aeri” merupakan panggilan akrab untuk penggemar EXO selain EXO-L. Sesuai dengan filosofinya, akun @aeribase menjadi wadah para penggemar EXO untuk saling berteman dengan akrab seperti keluarga. Dari berbagai macam hal cukup bebas dikirimkan di sana, mulai dari mencari teman melalui di akun tersebut, lalu melakukan sesi tanya jawab atau menanyakan pendapat hingga bermain games seperti tebak foto atau mengirimkan video lucu EXO.



Gambar 1.1 : Akun Otomatis Penggemar EXO @aeribase

Sumber : Akun Twitter @aeribase



Akun komunitas penggemar EXO di Twitter memiliki beberapa akun yaitu @aeribase, @erideulfess, @EXOfanfess, @adribogoshibase. Dari keempat *menfess* tersebut akun komunitas penggemar EXO di Twitter paling banyak adalah @aeribase sebanyak 249.244 ribu *followers* (Diakses pada 9 April 2022). Akun Twitter @aeribase juga memiliki jam operasional dari jam 09:00 – 23.00, akun Twitter @aeribase dapat digunakan oleh EXO-L Indonesia sebagai wadah untuk bertukar informasi, berdiskusi, mengadakan *games* atau bertanya mengenai hal yang terkait EXO. Cuitan pada akun otomatis komunitas penggemar EXO @aeribase tidak hanya admin *base* saja, melainkan para penggemar EXO yang sudah saling mengikuti akun @aeribase.

Alasan mengapa memilih akun otomatis komunitas penggemar EXO @aeribase karena ingin mengetahui aktivitas apa saja yang terjadi di akun @aeribase dan ingin menganalisis budaya partisipasi di akun tersebut. Komunitas penggemar EXO yang mempunyai ciri budaya partisipasi melalui akun @aeribase misalnya seperti yang ditunjukkan melalui unggahan dalam akun tersebut.

Tabel 1.1 Unggahan pada akun Otomatis Komunitas Penggemar EXO @aeribase

| No | Tema | Kategori | Jumlah | Contoh |
|----|-------------------|--|--------|---|
| 1. | Mencari informasi | Kegiatan terbaru EXO | 247 |  <p> aeribase @aeribase Otomatis PARK CHANYEOL UPDATE Y'ALL Cakep bgnt plsee >< ⭐ Terjemahkan Tweet 21:45 · 13 Apr 22 · we are one, exo saranghaja! </p> |
| 2. | Meminta tolong | Ditandai dengan “tolong”, drop foto | 148 |  <p> aeribase @aeribase Otomatis ⭐ erii yang punya lockscreen exo fullmember, boleh tolong drop di reply? Thank you 🍷 Terjemahkan Tweet 17:45 · 14 Apr 22 · we are one, exo saranghaja! </p> |
| 3. | Diskusi | Ditandai dengan “minta saran”, “mau tanya” | 78 |  <p> aeribase @aeribase Otomatis ⭐ Minta saran dong, lagu EXO yang bagus/cocok dijadiin ringtone Terjemahkan Tweet 22:00 · 13 Apr 22 · we are one, exo saranghaja! </p> |
| | | Kesukaan yang sama (ditandai dengan “favorite”). | 53 |  <p> aeribase @aeribase Otomatis ⭐ KyoongOST favorit kalian yang mana nih? Terjemahkan Tweet 18:10 · 13 Apr 22 · we are one, exo saranghaja! </p> |

| | | | | |
|----|---|--|----|---|
| 4. | Mempromosikan atau memberikan informasi tentang event EXO | Informasi donasi / event / barang (ditandai dengan “paid promote”). | 7 |  <p>[PP] Halo semuanya! Untuk merayakan hari BAEKHYUN tahun ini ayo berbagi kasih dan peduli terhadap sesama! Kami membuka donasi tanpa jumlah minimal, kalian bisa donasi berapapun + akan dapat e-certificate sebagai apresiasi dari kami. Untuk detail bisa cek tweet ini ya 🌟 Terjemahkan Tweet Baekhyun Indonesia @BBHlightsNA · 01 Jan Keuntungan dari proyek ini akan kami salurkan dalam tiga target. Untuk mensukseskan proyek ini, kalian bisa berdonasi dengan nominal berapapun. Donasi ini akan dibuka sampai tanggal 22 APRIL 2022 jam 23:59 WIB. Dengan target 10 JUTA. ... Tampilkan teks ini</p> |
| | | Informasi (ditandai dengan “paid promote”). | 21 |  <p>Guys yg ngadain nobar meissa selain exo_movietime ada lagi ngga? Coba drop info nobar yg kalian tau dong biar bisa siap2, sehung 🌟 Terjemahkan Tweet AVAILABLE LOCATIONS JABOTA CCV Grand Indonesia, CCV Grand Park, CCV Aeon Mall JGC BANDUNG CCV Park Via Jaz, CCV ex Park Shopping Centre DEPOK - CCV PMLB TANGERANG - CCV Transarta BEKASI - CCV Paksi One Park SEREBOS - CCV Grand City Mall SERANGA - CCV Mall City YOGYAKARTA - CCV Harjos Mit BAKUM - CCV Park Avenue PALANGKA - CCV PTC MIE PERANABAI - CCV Transmart Pribadi MEDAN - CCV Food Point LANGKUNG - CCV Transmart Lampung SAMARINDA - CCV Park Mega 10:25 · 13 Apr 22 · we are one, exo saranghaja!</p> |
| 5. | Membutuhkan dukungan | Mengvote untuk suatu acara dengan tanda “ayo” | 13 |  <p>erii ayo vote D.O. 🥰🥰🌟 Terjemahkan Tweet 1theK(원더케이) @1theK · 3 jam 유나이트 온상&우노가 함께 부른 콜버전으로 보고 싶은 곡은? Vote for 1 song you want to see in full version! >>> youtu.be/KNUaP8URqIw Tampilkan jajak pendapat ini 19:30 · 14 Apr 22 · we are one, exo saranghaja!</p> |
| | | Streaming musik video maupun lagu EXO (ditandai dengan “keep streaming”) | 37 |  <p>SUHO benar benar menantikan Comeback GreySuit ini dan berharap fans nya menyukainya 🥰🥰🌟 JADI AYO KENGENGIN LAGI STREAMING 2 MV INI 📺🔥 Terjemahkan Tweet Screenshot of a video player showing EXO's comeback content.</p> |

| | | | | |
|----|---------|--|----|--|
| 6. | Hiburan | Bermain dengan penggemar EXO (ditandai dengan “teka teki” | 18 |  <p>main tebak tebakan yok ri Tangan kanan ditunjukan ke depan kaki dibuka selebar bahu kedua tangan di silang silangkan seperti gunting Kaki agak di mendut mendutkan</p> <p>Ini dance lagu exo yang mana hayooooo</p> <p>Terjemahkan Tweet 10:05 · 14 Apr 22 · we are one, exo saranghaja!</p> |
| | Hiburan | Bermain dengan penggemar EXO (ditandai dengan “tebak member” | 7 |  <p>tebak ini foto siapa??? senggaja setengah doang biar susah!</p> <p>14:25 · 13 Apr 22 · we are one, exo saranghaja!</p> |

Sumber Observasi Prariset pada 12 April 2022 hingga 14 Mei 2022

Peneliti mengobservasi cuitan yang dikirimkan secara anonim melalui akun otomatis komunitas penggemar EXO yaitu @aeribase dan terposting dalam beranda @aeribase pada 12 April 2022 hingga 14 Mei 2022. Dari akun @aeribase adapun bentuk interaksi yang terunggah seperti para pengguna Twitter khususnya penggemar EXO merespon cuitan yang dikirimkan oleh pengirim pesan ketika mencari informasi kegiatan terbaru terkait EXO, mendiskusikan saran atau pendapatnya berdasarkan bahasan hal yang berkaitan tentang EXO yang disampaikan oleh sender, memberikan dukungan seperti mempromosikan acara kegiatan EXO atau lagu terbaru EXO lalu membantu *vote* di suatu acara penghargaan dan adapun hiburan untuk berinteraksi.

Adapun bentuk interaksi pengguna Twitter terhadap unggahan mengenai informasi terkait kegiatan terbaru EXO contohnya seperti foto terbaru dari park Chanyeol yang baru saja menyelesaikan acara di tempat wajib militernya, para pengguna akun merepons dengan pujian yang ditujukan kepada park Chanyeol. Lalu, mendiskusikan saran atau pendapat yang hal yang berkaitan dengan EXO

yang ditanyakan oleh pengirim pesan seperti meminta saran lagu EXO yang cocok dijadikan *ringtone* atau bertanya tentang pengalaman yang berhubungan dengan EXO, para pengguna memberikan respon seperti ada yang langsung memberikan link *ringtone* EXO ada juga yang memberikan judul lagu EXO yang cocok untuk dijadikan *ringtone*. Selanjutnya, unggahan terkait dukungan untuk EXO yang diunggah oleh pengirim pesan, dengan isi unggahan “keep streaming”, “ayo vote” guna mendukung *boygrup* EXO. Unggahan ini direspon seperti memberikan link vote atau link streaming lagu EXO. Adanya hiburan ada akun otomatis tersebut seperti tekateki atau tebak gambar yang diunggah oleh pengirim pesan. Unggahan ini direspon oleh pengguna lain dalam bentuk *reply* atau balasan dengan menebak lagu atau foto yang berkaitan dengan EXO secara benar.

Dalam budaya konvergensi yang merupakan salah satu konsep digunakan pada media baru yang digital maupun tradisional. Media sosial yang membentuk jaringan sosial virtual yaitu komunikasi virtual. Dalam suatu komunitas pasti terjadinya proses komunikasi kelompok, Twitter menjadi wadah untuk berinteraksi dan memberikan informasi. Dengan adanya konsep budaya konvergensi ini penggabungan dari berbagai jenis budaya yang menjadi satu budaya dominan dalam konsumen lebih aktif tidak hanya sebatas pengguna media sosial.

Autobase juga merupakan salah satu konsep pada penelitian ini, dimana EXO memiliki wadah untuk komunitas penggemar EXO salah satu media sosialnya yaitu Twitter. Disuatu fandom biasanya terjadi proses komunikasi antar penggemar yang melakukan interaksi ke sesama penggemar. Akan tetapi komunitas EXO di Twitter yang bernama @aeribase mempunyai fitur *autobase* atau biasa disebut *menfess* untuk mengirim pertanyaan sesuai topik dan jenis *base* yang bersifat anonim melalui *direct message*.

EXO dibentuk oleh SM Entertainment pada tahun 2011, nama EXO diambil dari kata “EXO Planet”, grup EXO yang beranggotakan dua belas orang yang terbagi dalam dua subgrup yaitu EXO-K untuk Korea dan EXO-M untuk Tiongkok. Mereka debut pada tahun 2012 dengan mengeluarkan single album mereka yang pertama “Mama” dirilis pada 8 April 2012. Pada tahun 2013 EXO

meraih predikat Million Seller pertama selama 12 tahun terakhir dengan full album pertamanya yang “XOXO” dan mendapatkan kemenangan pertamanya saat acara Music Bank (Shim, 2019).

The Korean Business Research Institute telah mengungkapkan peringkat *boyband* K-Pop paling populer selama bulan Agustus 2021. BTS menjadi juara bertahan pada peringkat pertama, kemudian posisi kedua jatuh kepada EXO, sementara Seventeen di posisi ketiga untuk indeks pada bulan Agustus. Dilansir dari Soompi berdasarkan analisis melalui partisipasi konsumen, interaksi, liputan media dan indeks komunitas dari berbagai *boy grup* atau *boyband* yang dikumpulkan pada 14 Juli hingga 14 Agustus 2021 (Samyayogi, 2021).

Dilansir dari Rintan Puspita (2021) Grup musik Korea yang populer di antaranya memiliki cukup banyak penggemar berbagai negara khususnya di Asia Timur dan Asia Tenggara. Penggemar atau juga disebut fan yang membentuk jaringan sosial satu sama lain untuk kepentingan bersama dalam menonton atau membaca teks tertentu. *Fandom* K-pop idol di Indonesia sangat banyak dan juga berkembang, yaitu Army (BTS), EXO-L (EXO), Carat (Seventeen).

EXO tergabung dalam dua kebangsaan yaitu 8 member Korea yang terdiri dari Chanyeol, Baekhyun, Chen, Sehun, Suho, D.O, Kai, Xiumin dan 4 member China yang terdiri dari Lay, Kris, Tao, Luhan. Sayangnya pada tahun 2015, tiga member EXO yang berasal dari China memutuskan untuk keluar dari *boyband* EXO. Walaupun sekarang hanya tersisa 9 member, EXO tetap berkarya untuk penggemar EXO (EXO-L) diseluruh dunia (Andani, 2020).

Twitter merupakan situs jaringan yang berupa sebuah layanan untuk berkomunikasi dan tetap terhubung dengan orang lain melalui pertukaran pesan yang cepat. Para pengguna Twitter dapat memposting Tweet yang berisi foto, video, teks, tautan (Twitter, 2022). Twitter cocok untuk penggemar K-Pop dilansir dari Twitter.com (2021) K-Pop terus mendominasi percakapan global di Twitter hingga saat ini, bahkan percakapan tertinggi tentang K-Pop mencapai 7,5 miliar Tweet tentang K-Pop (1 Juli 2020 - 30 Juni 2021) volume tweet dan jumlah *unique authors* yang membicarakan tentang K-Pop jatuh kepada negara

Indonesia, lalu ada terbanyak EXO yang masuk kategori akun artis K-Pop yang paling banyak dibicarakan di Twitter.

Twitter dapat membuat akun berbentuk *base* yang bisa dibuat oleh anonim yang menyukai suatu hal atau bisa disebut penggemar, lalu akun untuk menjadi tempat berkumpulnya para penggemar yang mempunyai kesukaan yang sama yang disebut *fanbase*. *Fanbase* atau *autobase*, karena *autobase* berasal dari kata “*automatic*” dan “*Fanbase*” yang artinya akun otomatis penggemar berfungsi sebagai wadah bagi yang mengikuti akun tersebut untuk mengirim pertanyaan sesuai topik dan jenis *base* nya dan bersifat anonim melalui *Direct Message* (Agoestin, 2019). Lalu *autobase* dalam sebuah akun Twitter dapat digunakan secara gratis dan cukup bebas untuk mengirim *tweet* secara anonim. Pengirim *menfess* sering disebut *sender* dan jika ingin mengirim *menfess* pastikan sudah diikuti balik oleh akun tersebut.

Akun *autobase* @aeribase berbeda cara kerjanya dengan akun pribadi. Pada akun pribadi, pemilik akun dapat mengunggah langsung melalui fitur *tweet* pada aplikasi atau *web* Twitter. Pada akun *autobase* @aeribase, pemilik akun akan mengotomatisasi unggahan atau *tweet* melalui pesan langsung (*direct message*). Akun *autobase* digunakan para pengguna Twitter melakukan *menfess* (*mention confess*) secara anonim melalui *direct message* pada akun @aeribase dan akun tersebut mempunyai format kode tertentu yang akan digunakan untuk mengirimkan *menfess*. Akun *autobase* @aeribase mempunyai aturan-aturan seperti tidak boleh *spam*, tidak menyebabkan *war* seperti menyebarkan gosip yang belum pasti, dilarang mengirim *menfess* yang mengandung tagar atau *mention* dan dilarang membagikan konten berbayar seperti VLIVE+ karena dianggap tidak mendukung EXO. Dalam akun *autobase* @aeribase proses komunikasi kelompok bisa terjadi pada saat seseorang yang sudah di *fallback* oleh akun @aeribase lalu mengirimkan pesan dengan menyertakan trigger /ad/ lalu dikirimkan. Setelah itu akan mendapatkan pesan otomatis jika sudah yakin bisa menekan “yup” dan jika terlupa atau belum yakin “nah”. Dengan begitu pesan yang akan dikirim akan muncul pada *timeline* akun tersebut bisa mengunggah foto dan video yang berkaitan dengan *base* tersebut dan memungkinkan adanya respon atau komentar dari pengguna lain yang

mengikuti akun tersebut (Syafitri, Rullyana, & Ardiansyah, 2020; Noza & Primayanti, 2019).

Penulis sudah melakukan prariset online, melalui akun otomatis EXO @aeribase dengan akun otomatis yang sejenis karena adanya beberapa perbedaan. Perbedaan dan persamaan akun otomatis EXO @aeribase memiliki persamaan dengan akun otomatis yang sejenis seperti akun @starfess dan @indomyfess yang lebih sedikit *fanwar*, banyak mendapatkan informasi seputar idolanya dan kegiatan yang mendukung idolanya. Lalu adanya perbedaan yaitu akun @aeribase memperbolehkan jualan di akun @aeribase dengan syarat membayar jasa iklan atau disebut juga *paid promote*, akan tetapi akun @starfess tidak membuka jasa *paid promote* dan akun *autobase* K-Pop terbanyak @starfess yang memiliki *followers* 428.158 ribu karena akun tersebut mencakup semua *fandom* sedangkan @aeribase dan @indomyfess hanya berfokus kepada satu *fandom* lalu kategori atau penanda ada *tweet* dimasing-masing akun berbeda.

Karena itu penulis tertarik untuk meneliti bagaimana budaya partisipasi komunitas penggemar EXO dalam aktivitas pada akun otomatis di media sosial Twitter, lalu apa yang membuat akun Twitter @aeribase disukai sebagai akun *autobase* bagi para penggemar EXO dari dulu hingga kini. Lalu penulis memilih akun otomatis @aeribase untuk meneliti akun *autobase* tersebut, karena akun @aeribase merupakan satu – satunya akun *fanbase* EXO-L dengan *followers* terbanyak di Indonesia dengan sedikitnya *fanwar*, memberikan dukungan berupa voting maupun *streaming* lagu terbaru EXO, cukup banyak *respon* ketika mengirim *menfess* di @aeribase, banyak yang mengirim *menfess* di akun Twitter @aeribase sehingga sering mendapatkan informasi dari akun Twitter @aeribase.

Dengan kehadiran akun @aeribase sebagai wadah EXO-L memperoleh informasi dan juga memudahkan siapa saja agar mendapatkan segala sesuatu yang dibutuhkan seperti mendapatkan informasi. Karena *followers* akun *autobase* @aeribase dari berbagai macam daerah, beragam latar belakang dan ada dari penggemar EXO yang masih baru hingga penggemar EXO yang senior. Sehingga hal tersebut memberikan informasi ataupun pengalaman dari berbagai

sudut pandang sehingga bisa mempertimbangkan mengambil sebuah keputusan.

Henry Jenkins (2009) mengatakan bahwa di era internet, penggemar berkembang bukan hanya sebatas pada memilih media seperti yang terjadi pada era televisi, namun penggemar juga terlibat dalam menciptakan, membentuk, membentuk ulang dan menyebarkan konten media.

Alasan penulis meneliti penelitian ini, karena ingin mengetahui bagaimana budaya partisipasi di akun otomatis EXO melalui budaya partisipasi yang dilakukan penggemar EXO di media sosial Twitter. Yang mana penelitian ini memfokuskan bagaimana budaya partisipasi yang berada di akun otomatis komunitas penggemar EXO menunjukkan adanya budaya partisipasi yang dilakukan oleh penggemar EXO di media sosial Twitter. Penelitian ini menarik karena penelitian ini akan melihat dari unsur budaya partisipasi yang ada pada akun otomatis komunitas penggemar EXO @aeribase.

Dikutip dari Fatharani Silimi Moetaqin (2020), perbedaan dengan penelitian ini sebelumnya melihat budaya partisipasi melalui komunitas penggemar di Twitter dalam memproduksi dan mengonsumsi teks budaya. Teori yang digunakan yaitu budaya konvergensi dengan metode deskriptif kualitatif, yang mana terdapat pada kelompok anggota komunitas online dimana mereka ada yang menerapkan *sharing participatory culture* dan *quite participatory culture* akan tetapi ada pada penelitian ini cenderung sebagai penikmat dan tetapi ada pada penelitian ini cenderung sebagai penikmat dan pengamat komunitas atau biasa disebut *silent reader*. Sesuai dengan bentuk atau elemen yang dikemukakan oleh Henry Jenkins yaitu penerapan budaya partisipatif dalam komunitas virtual penggemar anime. Lalu anggota komunitas tersebut memiliki *sense of virtual community* yang mendorong untuk menerapkan budaya partisipatif. Lalu bedanya dengan penelitian ini menggunakan metode penelitian analisis isi konten.

Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan studi dokumentasi, wawancara dan studi kepustakaan terhadap konten-konten yang diunggah oleh akun otomatis EXO @aeribase mengenai aktivisme penggemar terkait informasi dalam budaya partisipasi pada fandom EXO-L @aeribase, termasuk

interaksi dengan penggemar dalam akun ini. Studi dokumentasi, wawancara dan studi kepustakaan tersebut akan dimasukkan dalam kerangka metode Analisis Konten.. Penelitian ini berfokus kepada unggahan yang memiliki ciri budaya partisipasi melalui akun @aeribase dan para penggemar EXO yang mengikuti akun @aeribase.

Menurut Nayeem (2017), analisis konten adalah studi mengenai gambaran dari komunikasi manusia seperti melalui buku, koran, video, pesan teks, twit, unggahan facebook, dan sebagainya. Secara sederhana, analisis konten adalah analisis mengenai apa yang dikatakan, ditulis ataupun direkam.

Teknik pengumpulan data yang melalui metode observasi partisipan yang meriset interaksi antara subjek yang diriset dan wawancara virtual secara semistruktur seperti menanyakan beberapa pertanyaan secara bebas tetapi terarah dengan tetap berada pada jalur pokok permasalahan. Sumber data menggunakan data primer dan data sekunder.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis konten yang memungkinkan kita untuk mendapatkan jawaban dengan cara mengamati serta menganalisis aktivitas dari akun *autobase* EXO @aeribase. Berdasarkan penjelasan di atas, peneliti mengajukan judul **“Budaya Partisipasi Pada Akun Otomatis Komunitas Penggemar EXO Di Media Sosial Twitter”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut, maka penulis dapat merumuskan masalah dalam penelitian ini yakni “Bagaimana budaya partisipasi penggemar EXO dalam aktivitas pada akun otomatis di media sosial Twitter ?”

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang diuraikan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui budaya partisipasi penggemar EXO dalam aktivitas pada akun otomatis di media sosial Twitter.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis yang diharapkan dari penelitian ini adalah menambah kajian Ilmu Komunikasi terkait budaya konvergensi dalam bentuk budaya partisipasi di media sosial yang nantinya akan disempurnakan melalui pembaharuan dari berbagai pihak serta dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Bagi peneliti dapat menjadi pengalaman berharga bagi penluis, khususnya dalam upaya meningkatkan kemampuan pne sebagai sumber informasi dan media komunikasi saat ini serta menjadi referensi bagi para pembaca dalam memahami fenomena dimedia sosial Twitter oleh *fandom* K-pop.

b. Bagi Masyarakat

Manfaat sosial dari hasil penelitian ini diharapkan untuk menambah wawasan yang luas khususnya pengguna media sosial agar lebih bijak menggunakan media sosial untuk berpartisipasi.