

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Aktivitas fandom idol virtual turut berkembang dan menjadi menarik dibandingkan dengan idol konvensional (manusia) saat ini. Keberadaan idol virtual yang hadir di antara idol K-Pop manusia mampu menggeser preferensi sebagian khalayak untuk beralih dari idol konvensional menjadi idol virtual. Alasannya, eksistensi dari idol virtual mampu memenuhi keinginan penggemar yang sulit direalisasikan oleh idol konvensional, misalnya terhindari berita skandal yang mana idol konvensional akan sulit untuk terhindar dari hal tersebut, sementara itu idol virtual mampu mencapai hal ini mengingat identitas asli mereka tidak terungkap. Selain itu, idol virtual mampu tampil tanpa batasan ruang dan waktu dan akan lebih mudah diakses di platform *online* (Kong et al., 2022).

Bentuk aktivitas fandom dapat dilihat dari idol virtual Plave yang berasal dari Korea Selatan. Plave merupakan grup idol virtual yang memiliki fandom dengan sebutan Plli dan memiliki 5 anggota yang berbentuk karakter virtual yang mana keaktifan mereka sebagai grup idol virtual K-Pop ikut serta pada hiburan musik K-Pop korea sekaligus VTuber di YouTube dengan memanfaatkan avatar virtual. Plave menjalankan aktivitas sama halnya dengan idol pada umumnya, seperti merilis album, menggelar konser, dan aktif di

media sosial dengan berbagai aktivitas interaktif bersama penggemar (Kencana et al., 2025).

Sebuah fenomena video kompilasi *glitch* menjadikan Plave semakin diminati. Video ini merupakan kumpulan momen Plave yang menangkap gerak *real-time* yang gagal, namun gangguan ini menjadi unik karena menghasilkan reaksi spontan dari anggota Plave yang menganggap gangguan ini sebagai humor sehingga video ini *trending* dan Plave banyak diminati. Fenomena gangguan yang terjadi selama Plave melakukan *live streaming* dianggap tidak masalah, akan tetapi menjadi salah satu daya tarik Plave sebagai idol virtual (Ahn et al., 2025). Melalui fenomena tersebut, daya tarik Plave bukan lagi karakter virtual yang memiliki visual yang sempurna, akan tetapi ketidaksengajaan ini mampu membuat penggemar merasa lebih dekat melalui *glitch* yang dimaklumi dan terasa lebih humanis.

Karakter Plave dibangun dengan pendekatan yang mirip dengan idol konvensional, hal ini dikarenakan aktivitas idol virtual Plave semakin lama berkembang menjadi realistis dengan membagikan dan mengunggah cerita kehidupan nyata yang tidak lagi virtual sehingga muncul konsep identitas ganda dan menimbulkan kesadaran terhadap penggemar dalam menyikapi identitas yang ada dalam karakter Plave (Ahn et al., 2025). Melalui pemahaman ini, Plave mampu menggeser pemikiran penggemar bahwa idol virtual bukan hambatan dalam berkomunikasi dan merasakan pengalaman aktivitas penggemar secara langsung, selain itu konsep virtual juga dianggap sebagai

representasi baru dalam interaksi di ruang digital yang lebih efisien tanpa harus bertemu langsung.

Kedekatan Plave bersama Plli menarik pembahasan lebih lanjut terhadap proses komoditas yang terjadi pada idol virtual pada ruang media digital. Komodifikasi menjadi aspek yang menentukan bagaimana idol virtual Plave berhasil menciptakan jarak menjadi sebuah kedekatan yang dianggap sebagai puncak keberhasilan idol virtual Plave dalam mengomodifikasi keunikannya untuk mendorong interaksi dengan Plli yang memberikan kesamaan pengalaman dengan idol manusia. Hal ini dibuktikan dengan pemasaran idol virtual yang ternyata memiliki keunikan dalam segi efisiensi, di mana cara kerja idol virtual ini tidak bisa ditandingi dibandingkan manusia (Yu et al., 2023). Komoditas melalui keunikan ini menjadi aspek penting pada sebuah keberhasilan idol virtual sebagai produk yang memiliki nilai yang berpotensi menarik lebih banyak antusias terutama penggemar.

Konsumsi terhadap idol virtual dianggap penting bagi penggemar sebagai cara dalam menunjukkan bentuk dukungan dan rasa cinta terhadap idol virtual kesukaannya sekaligus untuk mengkonstruksi dan memperkuat peran penggemar dalam komunitas penggemar. Komunitas penggemar merupakan fandom yang dianggap sebagai sekelompok penggemar ini menjadi konsumen yang mengonsumsi produk yang dikomodifikasi dari idol virtual Plave. Hal ini meliputi keterlibatan penggemar dalam berbagai konten sehingga aktivitas ini dianggap menjadi sebuah keberhasilan dalam komoditas idol virtual Plave oleh Plli. Fandom yang secara sukarela menunjukkan loyalitas dianggap

merupakan hasil komoditas yang bernilai tinggi, misalnya dalam konsumsi konten dan budaya di ruang digital (Sumardiono, 2022).

Plave bukanlah satu-satunya idol virtual yang baru muncul pada perkembangan digital, lebih jauh lagi idola virtual sudah ada di Jepang pada tahun 2007 yaitu *Vocaloid* dengan karakter vokalis bernama Hatsune Miku. Temuan dari (Harum, 2025) mengenai idol virtual dengan karakter Hatsune Miku ini menjelaskan bahwa dalam, keterlibatan penggemar dengan Hatsune Miku tidak lagi dengan tujuan hiburan akan tetapi mampu menjadi bagian penting dari identitas diri dengan cara interaksi yang berulang maupun konsumerisme media. Dengan demikian, keterlibatan konten atau partisipasi dalam komunitas dianggap sebagai penanda pribadi yang mempengaruhi hubungan sosial antara budaya digital dan pembentukan identitas pribadi secara virtual.

Selain itu, penelitian ini menunjukkan bagaimana perbedaan idol virtual Plave dengan idol virtual Hatsune Miku dapat terlihat secara konsepnya. Idol virtual Hatsune Miku diciptakan dalam produk *Vocaloid Synthesizer Voicebank* (Anderson, 2021) yang mana Hatsune Miku diciptakan dengan perangkat teknologi musik yang mengumpulkan berbagai macam suara yang menyerupai suara manusia, lalu dapat digunakan untuk mengisi suara ataupun musik dari idol virtual, sehingga suara yang dikeluarkan oleh idol virtual tidak sepenuhnya suara manusia (Edney, 2022). Sementara itu, Plave merupakan idol virtual yang masih satu konsep dengan idol konvensional, di mana Plave menggunakan performer profesional sehingga suara dan gerakan yang diciptakan berasal dari

manusia langsung (Ahn et al., 2025). Hal ini disimpulkan bahwa yang membedakan idol virtual lainnya dengan Plave ialah Plave diciptakan dan direkam melalui tubuh dan suara yang asli.

Plave menunjukkan bagaimana kemajuan teknologi mampu menciptakan komunikasi yang lebih interaktif antara idola dan penggemar. Dalam konteks ini, penggemar tidak lagi bersifat pasif, melainkan aktif membangun hubungan melalui berbagai bentuk partisipasi. Fandom kemudian berkembang sebagai komunitas virtual yang mempertemukan individu dengan minat yang sama, sekaligus menjadi ruang untuk mengekspresikan keterlibatan mereka secara kolektif. Sebagai bagian dari *virtual community*, teknologi memfasilitasi penggemar untuk terhubung lebih cepat dalam mengakses informasi, serta berinteraksi tidak hanya dengan idola, tetapi juga sesama penggemar (Bell et al., 2004). Misalnya, komunitas tertentu mengadakan acara khusus untuk penggemar yang tergabung dalam fandom yang sama untuk merasakan kedekatan dan membicarakan hobi yang sama dengan penggemar lainnya.

Penelitian ini sejalan literatur terdahulu yang dilakukan oleh (Pravianti, 2025) yang meneliti komunitas penggemar melalui aplikasi Weverse sebagai bentuk komunitas mobile yang mampu memfasilitasi interaksi, keterlibatan penggemar, serta dinamika sosial antara penggemar dan idol konvensional dengan menggunakan pendekatan netnografi. Namun demikian, penelitian ini memiliki perbedaan utama pada subjek kajian. Jika, penelitian dari (Pravianti, 2025) berfokus pada penggemar dari berbagai fandom idol konvensional,

penelitian ini secara spesifik menempatkan fandom idol virtual Plave sebagai subjek penelitian. Dengan demikian, fokus analisis diarahkan pada aktivitas digital fandom dalam konteks idol virtual. Aktivitas tersebut ditelaah menggunakan metode netnografi yang menurut (Kozinets, 2010) merupakan pendekatan interpretatif yang mengadaptasi metode etnografi ke dalam konteks ruang digital dan budaya internet. Melalui netnografi, peneliti dapat memahami secara mendalam berbagai fenomena dalam komunitas daring, termasuk pola interaksi dan hubungan sosial yang terbentuk di antara anggota komunitas *online* (Kozinets, 2010). Selain itu, aktivitas digital ini juga menunjukkan budaya partisipasi penggemar dalam lingkup ruang digital seperti Weverse.

Perkembangan aktivitas digital fandom di media sosial kini menjadi ruang penting bagi terjalinnya interaksi sekaligus terbentuknya budaya partisipasi penggemar. Weverse sebagai salah satu media sosial khusus penggemar turut dalam memperkuat hubungan dalam komunitas *online* penggemar. Meskipun penelitian aktivitas digital melalui platform Weverse sudah banyak diteliti, namun aktivitas digital fandom ini belum ada diteliti melalui subjek penelitian idol virtual, hal ini menandai sebuah perubahan baru dalam pola interaksi fandom yang terjadi di media sosial.

Selain itu, alasan yang memperkuat menggunakan Weverse dalam penelitian ini ialah bahwa Weverse merupakan media sosial idol dan penggemar yang memungkinkan hubungan emosional terjadi melalui fitur, seperti postingan gambar dan video artis, komentar, siaran langsung, dan *fan letter* (Putri & Mihardja, 2025). Oleh karena itu, variasi dalam fitur di platform

Weverse ini yang membedakan platform ini dengan media lainnya. Lalu, dalam penggunaan Weverse, idol menggunakan akun pribadi masing-masing untuk dapat terhubung dengan penggemar, sementara itu platform lain, seperti YouTube, Instagram, dan X tidak terdapat akun personal anggota idol virtual Plave hanya bersifat akun *official* grup saja. Dalam konteks komoditas idol virtual Plave, Weverse merupakan platform yang mampu mengontrol konsumen, memperluas jangkauannya secara luas, serta berfungsi sebagai wadah yang mengelola hubungan idol dan penggemar secara global (Bollmer & Tillerson, 2025).

Pernyataan data yang ditulis oleh (Jones, 2025) pada website dalam laporan yang diterbitkan oleh YouTube terkait perkembangan idol virtual yang mana data ini menyebutkan bahwa fenomena dari munculnya idol virtual ini menunjukkan potensi yang melonjak sejak 3 tahun terakhir. Data ini mengindikasikan bahwa minat audiens terhadap konten idol virtual terus tumbuh baik dari jumlah penonton maupun tingkat konsumsi konten oleh konsumen media ini. Hal ini menegaskan bahwa idol virtual tidak lagi sekadar tren sementara, melainkan telah berkembang secara masif dan menjadi bagian penting dalam lanskap industri hiburan.

Budaya partisipatif dalam media yang dipilih oleh penggemar menunjukkan perilaku penggemar dalam membentuk identitas digital dan komunikasi aktif. Budaya partisipatif merujuk pada pembentukan budaya yang mana anggota dari suatu budaya mempunyai keyakinan bahwa partisipasi yang diberikan anggota mempunyai nilai dan dampak, serta merasakan adanya

keterhubungan sosial dengan anggota lain dalam komunitas. Dalam budaya ini, individu tidak hanya terlibat sebagai penerima, tetapi juga sebagai partisipan aktif yang memperhatikan respons dan penilaian orang lain terhadap karya atau kontribusi yang mereka hasilkan (Aprina et al., 2024).

Pada konteks komunikasi bahwa memahami budaya partisipasi penggemar terlihat pada peran media baru dalam berevolusi sebagai medium komunikasi yang memanfaatkan budaya populer disamping munculnya budaya digital. Penelitian ini ingin memahami budaya digital yang ditunjukkan melalui komunitas Weverse yang mana fandom Pili merupakan salah satu subjek dari penggemar media. Penggemar media menjadi salah satu bagian terbesar dari bentuk budaya digital. Hal ini juga sejalan dengan teori fandom dari Henry Jenkins melihat perilaku penggemar melalui teknologi baru yang mempermudah akses media terhadap budaya penggemar semakin tercipta dengan jelas. Berfokus pada aktivitas audiens dalam media yang menunjukkan adanya komunitas online sebagai ruang aman bagi sekelompok penggemar budaya dan produksi bagi penggemar untuk aktif dan kreatif meskipun dikontrol oleh media tersebut (Jenkins et al., 2006).

Meskipun fenomena dan kajian mengenai K-Pop sudah banyak dibahas, namun kenyataannya, budaya ini tidak henti-hentinya menghasilkan dan mengembangkan konsep baru dalam menarik audiens terutama di media. Temuan dari (Gutierrez-Jauregi et al., 2025) menyebutkan budaya K-Pop semakin global dikarenakan dorongan dan partisipasi aktif penggemar dalam platform media sosial terhadap konten dan unggahan idola mereka. Sejalan

dengan temuan ini, penelitian ini juga memperhatikan aktivitas digital fandom idol virtual Plave melalui budaya partisipatif yang dilakukan oleh penggemar di komunitas *online*.

Melihat banyaknya fenomena K-Pop dengan beragam aktivitas serta perkembangan konsep baru, seperti Plave ini menunjukkan bahwa budaya populer berhasil membawa inovasi dalam perkembangan interaksi sosial. Selain itu, pembentukan dan distribusi budaya K-Pop saat ini sudah sampai pada tahap munculnya generasi idol yang dikemas dalam bentuk virtual, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian secara mendalam tentang fandom Plli dengan melihat bagaimana aktivitas fandom dalam media sosial weverse yang terjadi dalam hubungan manusia dan teknologi virtual.

Penelitian ini berfokus untuk melihat bagaimana aktivitas digital fandom Plave yaitu Plli yang menunjukkan budaya partisipasi serta menganalisis keterlibatan Plli di Weverse sebagai bagian dari komodifikasi idol virtual Plave pada Plli. Sebelumnya, penelitian melalui platform Weverse ini sudah ada dalam penelitian terhadap idol konvensional, tapi dalam penelitian ini peneliti menggunakan idol virtual sebagai kebaruan dari penelitian-penelitian yang sudah ada. Oleh karena itu, peneliti tertarik mengambil judul **“Aktivitas Digital Fandom Idol Virtual Plave di Media Sosial Weverse (Studi Netnografi pada Fandom Plli)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka yang menjadi rumusan masalah pada penelitian ini adalah “Bagaimana aktivitas digital fandom Plli yang mencerminkan budaya partisipasi dan membentuk komodifikasi idol virtual Plave dalam kajian netnografi?”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menjelaskan aktivitas digital fandom yang dilakukan fandom Plli di media sosial Weverse.
2. Menganalisis budaya partisipasi interaksi digital fandom yang dilakukan fandom Plli di media sosial Weverse yang berujung pada pembentukan komodifikasi dalam sebuah komunitas.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan mengenai aktivitas digital fandom idol virtual di media sosial Weverse dan memahami aktivitas penggemar yang terjadi dalam budaya partisipasi penggemar termasuk di dalamnya komodifikasi idol virtual yang digambarkan pada media sosial Weverse. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi sarana diskursus dalam mengetahui aktivitas digital fandom idol virtual di media sosial.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini bermanfaat sebagai gambaran bagi industri musik terutama K-Pop terhadap pembentukan aktivitas digital idola virtual dan dengan penggemarnya. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman kepada khalayak bagaimana media sosial seperti Weverse berhasil menunjukkan komodifikasi bagi idol virtual dan penggemarnya.

