

# Peran Komunitas Carat sebagai Ruang Sosial Digital dalam Pembentukan Identitas Sosial Penggemar SEVENTEEN

Alisha Syailendra Wahyudi<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Sains Komunikasi, Universitas Djuanda, Bogor, Indonesia, [alishasyailendrawahyudi@gmail.com](mailto:alishasyailendrawahyudi@gmail.com)

---

## ABSTRAK

Fandom K-pop berkembang sebagai komunitas sosial digital yang tidak hanya berfungsi sebagai ruang hiburan, tetapi juga berperan dalam pembentukan identitas sosial penggemarnya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran komunitas Carat dalam membentuk identitas sosial penggemar grup musik SEVENTEEN serta dampak sosial yang dirasakan oleh anggotanya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan pengumpulan data melalui kuesioner daring kepada 12 responden penggemar SEVENTEEN. Analisis data dilakukan secara deskriptif untuk menggambarkan bentuk interaksi, tingkat kenyamanan berkomunikasi, dan dampak positif keikutsertaan dalam fandom. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fandom Carat menjadi ruang sosial yang suportif melalui interaksi komunikasi santai, partisipasi dalam kegiatan fandom, serta rasa kebersamaan yang kuat. Keikutsertaan dalam komunitas Carat memberikan dampak positif berupa terbentuknya relasi sosial, dukungan emosional, peningkatan kepercayaan diri, dan penguatan identitas sosial penggemar.

**Kata Kunci:** fandom K-pop, identitas sosial, komunitas penggemar, komunikasi kelompok, Carat SEVENTEEN

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan media sosial telah membawa perubahan besar dalam cara individu berinteraksi dan membentuk hubungan sosial. Salah satu fenomena sosial yang semakin terlihat adalah munculnya fandom, yaitu komunitas penggemar yang terbentuk berdasarkan ketertarikan yang sama terhadap tokoh publik, musik, atau budaya populer.

Dalam konteks ini, fandom tidak lagi sekadar aktivitas hiburan, tetapi juga menjadi ruang sosial tempat individu membangun relasi, berbagi makna, serta membentuk identitas diri.

Salah satu fandom yang menarik untuk dikaji adalah Carat, sebutan bagi penggemar grup musik K-pop SEVENTEEN. Carat dikenal sebagai fandom yang aktif, solid, dan memiliki interaksi yang cukup intens baik di media sosial maupun dalam kegiatan offline seperti nonton bareng konser, event fandom, dan berbagai aktivitas komunitas lainnya. Interaksi tersebut menciptakan rasa kebersamaan dan kedekatan antarfans, meskipun sebagian besar anggotanya tidak saling mengenal secara personal.

Dalam perspektif sosiologi, fandom seperti Carat dapat dipahami sebagai bentuk kelompok sosial, khususnya kelompok sosial digital, yang memiliki kesamaan minat, norma, serta pola interaksi tertentu. Melalui interaksi yang terus berlangsung, anggota fandom tidak hanya berperan sebagai penggemar, tetapi juga membangun identitas sosial sebagai bagian dari komunitas tersebut. Identitas sosial ini tercermin dari rasa bangga menjadi Carat, penggunaan simbol dan bahasa khusus fandom, serta kenyamanan dalam berinteraksi dengan sesama anggota.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk interaksi dalam fandom Carat serta memahami peran interaksi tersebut dalam membentuk identitas sosial penggemar SEVENTEEN di media sosial.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan tujuan untuk memahami fenomena sosial yang terjadi dalam fandom Carat sebagai penggemar grup musik SEVENTEEN. Pendekatan ini dipilih karena penelitian berfokus pada

pengalaman, pandangan, serta makna yang dirasakan oleh individu sebagai bagian dari suatu kelompok sosial.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner online menggunakan Google Form. Kuesioner disebarakan kepada penggemar SEVENTEEN (Carat) melalui media sosial, khususnya Instagram dan WhatsApp, yang menjadi ruang utama interaksi antaranggota fandom. Instrumen penelitian berisi pertanyaan tertutup dan terbuka yang berkaitan dengan intensitas interaksi, kenyamanan berkomunikasi, rasa bangga, serta pengalaman positif selama menjadi bagian dari fandom.

Subjek dalam penelitian ini berjumlah 12 responden yang merupakan penggemar SEVENTEEN dengan latar belakang usia dan lama bergabung dalam fandom yang beragam. Pemilihan responden dilakukan secara purposive, yaitu dengan kriteria individu yang mengidentifikasi diri sebagai Carat dan aktif mengikuti aktivitas fandom.

Teknik analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif, yaitu dengan mengelompokkan dan menafsirkan jawaban responden berdasarkan tema-tema yang muncul. Data kuantitatif sederhana, seperti persentase dan frekuensi jawaban, digunakan untuk memperkuat deskripsi hasil penelitian, sementara data kualitatif dari pertanyaan terbuka dianalisis untuk memahami makna interaksi dan identitas sosial dalam fandom Carat

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **A. Hasil Penelitian**

Berdasarkan hasil pengisian kuesioner yang dilakukan melalui Google Form, penelitian ini melibatkan 12 responden yang merupakan penggemar grup musik SEVENTEEN (Carat). Data yang diperoleh menggambarkan pola interaksi, tingkat kenyamanan

berkomunikasi, serta dampak yang dirasakan responden selama menjadi bagian dari fandom Carat.

### 1. Bentuk interaksi dalam fandom Carat

Hasil penelitian menunjukkan bahwa bentuk interaksi yang paling sering dilakukan oleh responden adalah bercanda atau mengobrol santai, dengan jumlah 9 responden. Selain itu, 8 responden menyatakan sering melakukan update informasi terkait SEVENTEEN. Interaksi lain yang juga cukup sering dilakukan adalah mengikuti event fandom (6 responden), seperti nonton bareng konser atau kegiatan komunitas. Sementara itu, aktivitas mengingatkan streaming atau voting serta membuat atau mengedit konten masing-masing dilakukan oleh 3 responden.

Temuan ini menunjukkan bahwa interaksi dalam fandom Carat tidak hanya berfokus pada aktivitas pendukung idol, tetapi juga pada komunikasi santai yang membangun kedekatan antarfans.

### 2. Tingkat kenyamanan interaksi dalam fandom

Terkait tingkat kenyamanan berkomunikasi, sebagian besar responden menyatakan merasa nyaman berinteraksi dalam fandom Carat, yaitu sebanyak 7 responden, sementara 2 responden merasa sangat nyaman. Namun demikian, terdapat 3 responden yang menyatakan masih merasa ragu-ragu atau malu-malu dalam berinteraksi.

Data ini menunjukkan bahwa mayoritas anggota fandom merasa lingkungan Carat cukup aman dan mendukung untuk berkomunikasi, meskipun masih terdapat sebagian kecil anggota yang membutuhkan waktu untuk menyesuaikan diri.

### 3. Dampak positif fandom bagi responden

Seluruh responden menyatakan bahwa fandom Carat memberikan dampak positif bagi mereka. Sebanyak 7 responden menyebutkan fandom memberikan dampak cukup positif, sedangkan 5 responden lainnya menyatakan dampak yang dirasakan sangat positif.

Dampak positif tersebut diperkuat oleh jawaban terbuka responden yang menyebutkan pengalaman seperti memperoleh teman baru, merasa lebih dihargai, mendapatkan dukungan emosional, serta tumbuhnya rasa percaya diri dan semangat hidup selama menjadi bagian dari fandom Carat.

#### 4. Pengalaman positif sebagai bagian dari fandom

Pengalaman paling seru dan positif yang dirasakan responden umumnya berkaitan dengan kegiatan offline, seperti nonton bareng konser di bioskop, mengikuti event fandom, dan bertemu langsung dengan sesama Carat. Beberapa responden juga menyebutkan bahwa fandom Carat memberikan rasa kebersamaan yang kuat, bahkan dianggap sebagai “rumah”, karena adanya dukungan dan interaksi yang hangat antaranggota.

## **B. Pembahasan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa fandom Carat berfungsi sebagai kelompok sosial digital yang berperan dalam pembentukan identitas sosial penggemar SEVENTEEN. Mayoritas responden merasa bangga menjadi Carat dan menganggap keanggotaan dalam fandom sebagai bagian dari identitas diri mereka. Hal ini menunjukkan bahwa keterlibatan dalam fandom tidak hanya bersifat hiburan, tetapi juga memiliki makna sosial bagi individu.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Fitriani Rachman dan Purnomo (2024) yang menjelaskan bahwa proses identifikasi diri terhadap figur publik atau kelompok tertentu dapat memengaruhi cara individu membentuk dan menampilkan identitas dirinya di ruang digital. Dalam konteks fandom Carat, identifikasi diri tercermin melalui keterlibatan emosional penggemar terhadap SEVENTEEN, penggunaan simbol fandom, serta munculnya rasa memiliki yang kuat terhadap komunitas Carat (Fitriani Rachman & Purnomo, 2024).

Selain itu, pola interaksi dalam fandom Carat yang didominasi oleh aktivitas bercanda, berbagi informasi, serta mengikuti event fandom menunjukkan karakteristik komunikasi kelompok dalam komunitas daring. Penelitian yang dilakukan oleh Chikal Fajar et al. (2024) mengenai komunikasi kelompok di media sosial Discord menunjukkan bahwa interaksi yang intens dalam komunitas digital mampu membentuk norma bersama, memperkuat solidaritas, serta menciptakan rasa kebersamaan antaranggota. Hal ini sejalan dengan pengalaman responden yang merasa nyaman dan diterima dalam fandom Carat.

Kenyamanan responden dalam berkomunikasi di dalam fandom Carat juga memperkuat peran fandom sebagai ruang sosial yang suportif. Meskipun terdapat beberapa responden yang masih merasa ragu atau malu-malu, secara umum lingkungan fandom mampu mendorong anggotanya untuk berani berinteraksi dan mengekspresikan diri. Hal ini menunjukkan bahwa komunitas penggemar dapat menjadi ruang pembelajaran sosial yang positif.

Lebih lanjut, dampak positif fandom Carat berupa perolehan teman, dukungan emosional, serta meningkatnya semangat hidup menunjukkan fungsi fandom sebagai support system sosial. Penelitian yang dilakukan oleh Wardani et al. (2023) menunjukkan bahwa keterlibatan penggemar dalam aktivitas fandom di media sosial dapat

meningkatkan keterikatan emosional dan rasa kebersamaan dalam komunitas penggemar. Temuan ini memperkuat hasil penelitian bahwa fandom Carat memiliki peran sosial yang signifikan bagi anggotanya.

## **KESIMPULAN**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran fandom Carat sebagai kelompok sosial digital serta pengaruhnya terhadap pembentukan identitas sosial penggemar SEVENTEEN. Berdasarkan hasil penelitian yang melibatkan 12 responden, dapat disimpulkan bahwa fandom Carat tidak hanya berfungsi sebagai ruang hiburan, tetapi juga sebagai wadah interaksi sosial yang bermakna bagi anggotanya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa bangga menjadi Carat dan menganggap keanggotaan dalam fandom sebagai bagian dari identitas diri mereka. Pola interaksi yang dominan berupa bercanda, berbagi informasi, dan mengikuti event fandom memperlihatkan adanya komunikasi kelompok yang aktif dan suportif. Lingkungan fandom yang nyaman turut mendorong terbentuknya rasa kebersamaan, solidaritas, serta dukungan emosional antarpenggemar.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa fandom Carat memberikan dampak positif bagi anggotanya, seperti memperoleh teman, meningkatkan rasa percaya diri, serta menumbuhkan semangat hidup. Hal ini menegaskan bahwa fandom dapat berperan sebagai support system sosial, khususnya di ruang digital.

Adapun keterbatasan penelitian ini terletak pada jumlah responden yang relatif sedikit serta penggunaan metode pengumpulan data secara daring melalui Google Form, sehingga hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan secara luas. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk melibatkan jumlah responden yang lebih besar serta menggunakan metode tambahan, seperti wawancara mendalam, agar dapat

memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai dinamika fandom sebagai kelompok sosial.

Secara keseluruhan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam kajian sosiologi dan komunikasi, khususnya terkait peran fandom dalam pembentukan identitas sosial di era digital.

## REFERENSI

- Chikal Fajar, M., Alamsyah Kusumadinata, A., & Purnomo, A. M. (2024). *KARAKTERISTIK KOMUNIKASI KELOMPOK DI SOSIAL MEDIA DISCORD* (Vol. 3).
- Fitriani Rachman, N., & Multi Purnomo, A. (2024). *Pengaruh Identifikasi Diri dalam Personal Branding Prabowo Subianto di PEMILU 2024 Melalui Tiktok Terhadap Keputusan Pemilih Pemula Universitas Djuanda* (Vol. 3).
- Wardani, Z. E., Purnomo, A. M., & Setiawan, K. (2023). Pengaruh Frekuensi Terpaan Media Twitter Terhadap Perilaku Fear of Missing Out Konser Musik Pada Fanbase BTS Indonesia. In *Karimah Tauhid* (Vol. 2, Issue 6).