

Strategi Komunikasi Seventeen Dalam Mempromosikan Album Baru

Ryzka Azzahra Fidayani¹, Ishfa Wahyu Nur Fahima², Aliefian Adirama Hakim³

^{1,2,3}Program Studi S1 Ilmu Komunikasi, Universitas Negeri Surabaya

ryzka.23176@mhs.unesa.ac.id

Abstract

This study examines the phenomenon of communication strategies between idols and fans in K-pop, using Seventeen as an example of a group successfully implementing these strategies. Founded by Pledis Entertainment in 2015, Seventeen is known not only for their energetic music and complex choreography but also for their active participation in the creative process. They have not merely established typical relationships with fans but have successfully created a cohesive and dedicated community. This success is supported by unique communication strategies, including active use of social media and special events to promote new albums. Through a qualitative approach and literature review of six scholarly articles, two main strategies employed by Seventeen were identified: leveraging social media and organizing special events. This research contributes insights into how Seventeen communicates with fans to promote their new albums.

Keywords: Strategy Communication; Seventeen; Promotion; Album; Fans

Abstrak

Penelitian ini mengkaji fenomena strategi komunikasi antara idola dan penggemar dalam K-pop, dengan Seventeen sebagai contoh grup yang berhasil menerapkan strategi ini. Grup ini, didirikan oleh Pledis Entertainment pada 2015, tidak hanya dikenal karena musik dan koreografi mereka yang energik, tetapi juga karena partisipasi aktif dalam proses kreatif. Mereka tidak hanya menjalin hubungan biasa dengan penggemar, tetapi berhasil menciptakan komunitas yang kohesif dan berdedikasi. Keberhasilan ini disokong oleh strategi komunikasi unik, termasuk penggunaan aktif jejaring sosial dan acara khusus untuk mempromosikan album baru. Dalam penelitian ini, dengan pendekatan kualitatif dan studi pustaka melalui enam artikel ilmiah, diidentifikasi dua strategi utama Seventeen: pemanfaatan media sosial dan penyelenggaraan acara khusus. Penelitian ini memberikan kontribusi dengan memberikan wawasan tentang bagaimana Seventeen berkomunikasi dengan penggemar untuk mempromosikan album baru mereka.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi; Seventeen; Album; Penggemar

1. Pendahuluan

Strategi komunikasi antara idola dan penggemar dalam dunia hiburan khususnya di dunia K-pop menjadi sebuah fenomena menarik yang menarik perhatian para peneliti dan pemerhati. Contoh grup K-pop yang telah menerapkan strategi komunikasi ini dengan baik adalah Seventeen, grup yang didirikan oleh Pledis Entertainment pada tahun 2015. Dengan tiga belas anggota berbakat, Seventeen tidak hanya dikenal karena musiknya yang energik, penuh energi, dan koreografi yang kompleks, tetapi juga dengan partisipasi mereka langsung ke dalam proses kreatif, termasuk penciptaan, pengembangan dan komposisi lagu dan koreografi.[1]

Komunikasi antara Seventeen dan Carats tidak terbatas pada hubungan biasa antara idola dan penggemar. Mereka berhasil menciptakan komunitas yang kohesif dan berdedikasi. Kesuksesan ini sebagian besar berkat strategi komunikasi uniknya yang menjadi salah satu kunci utama kesuksesan Seventeen dalam mempromosikan album barunya. Salah satu aspek kunci dari strategi ini adalah penggunaan aktif jejaring sosial dan acara yang disiapkan untuk mempromosikan album baru.

Seventeen rutin aktif di berbagai platform jejaring sosial seperti Instagram, Twitter, YouTube, Tiktok, dan Weverse. Mereka tidak hanya membagikan cuplikan dan gambar perdana, tetapi mereka juga berinteraksi langsung dengan penggemar melalui komentar, streaming langsung, dan acara khusus. Interaksi ini tidak hanya menciptakan hubungan yang kuat tetapi juga membantu meningkatkan ekspektasi dan keinginan penggemar terhadap album baru mendatang.[2] Selain aktivitas daring, Seventeen juga memahami pentingnya kehadiran luar daring. Mereka aktif berpartisipasi dalam banyak fanmeeting, konser, dan aktivitas tatap muka lainnya. Inisiatif ini memberikan kesempatan langka kepada penggemar untuk bertemu langsung dengan idola mereka, membangun hubungan yang lebih dalam, dan memperkuat ikatan antara Seventeen dan Carats.[3] Acara ini juga menjadi ajang di mana persahabatan antara anggota Seventeen dan penggemar dapat berkembang sehingga menimbulkan kesan yang mendalam dan positif, sehingga dapat mendorong para penggemar untuk berpartisipasi aktif dalam mempromosikan album baru.

Strategi komunikasi Seventeen juga mencakup perilsan teaser lagu dan video musik yang unik dan menarik.[4] Mereka kerap memposting video “spoiler” yang memberikan gambaran tentang konsep album baru. Pendekatan ini berhasil membangkitkan rasa penasaran dan pertanyaan penggemar sehingga menambah minat terhadap album berikutnya. Seventeen juga secara proaktif memberikan pesan dan cerita di balik lagu-lagu mereka, baik melalui wawancara, acara radio, atau platform media lainnya. Hal ini tidak hanya membantu penggemar mendapatkan pemahaman lebih dalam tentang karya Seventeen, namun juga meningkatkan rasa partisipasi penggemar dalam proses kreatif.

Untuk meraih kesuksesan, Seventeen juga memahami pentingnya berbicara terbuka dengan penggemar. Mereka bukan hanya figur publik yang hanya fokus mempromosikan albumnya saja, tapi juga membicarakan banyak topik berbeda, termasuk perasaan mereka terhadap musik, kehidupan sehari-hari, dan pandangan dunia mereka. Hal ini menciptakan hubungan yang lebih dekat dan memperdalam ikatan emosional antara Seventeen dan Carats.

Namun, ternyata strategi komunikasi yang dilakukan oleh Seventeen juga dilakukan oleh hampir seluruh idola Kpop.[4] Mereka juga menggunakan media sosial seperti Instagram, Tiktok, YouTube, Twitter, dan Weverse sebagai media komunikasi antar idola dan penggemar sekaligus sebagai media promosi album baru. Seperti Seventeen, mereka juga mengadakan acara luar daring seperti konser musik, jumpa penggemar, dan acara tanda tangan. Namun, meskipun strategi komunikasi ini telah umum digunakan oleh banyak idola lain, pendekatan dan penerapannya dapat bervariasi tergantung pada kepribadian anggota dalam suatu grup idola, visi manajemen, dan dinamika grup tersebut juga berbeda. Setiap grup idola memiliki caranya sendiri dalam berinteraksi dengan penggemar, menciptakan hubungan yang mendalam dan berkesan.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan menggunakan studi Pustaka. Data artikel ini berupa 8 artikel ilmiah yang membahas *Seventeen*. Pengumpulan data tersebut menggunakan cara mencari sumber dan menkontruksi dari berbagai sumber contohnya seperti buku, jurnal dan riset- riset yang sudah pernah dilakukan. Setiap bahan pustaka yang didapat dari berbagai referensi tersebut dianalisis secara kritis dan harus mendalam agar dapat mendukung proposisi dan gagasannya. Metode ini berisi topik-topik yang berkaitan dan sesuai dengan judul penelitian yang telah ditentukan. Penekanan pada metode ini adalah validitas data, yaitu kesesuaian antara apa yang ditulis peneliti dengan apa yang sebenarnya terjadi pada saat penelitian. Melalui metode penelitian ini, peneliti berusaha menjelaskan data yang dikumpulkan dan dianalisis oleh peneliti secara rinci. Dalam metode penelitian Studi Pustaka, peneliti menjelaskan seluruh aspek yang berkaitan dengan strategi komunikasi Seventeen dalam mempromosikan karya musiknya, khususnya album. Peneliti melaksanakan kegiatan penelitian secara objektif terhadap subjektif yang diteliti. Dalam artian, kenyataan tersebut dilihat dari sudut pandang peneliti ketika menelaah strategi komunikasi yang digunakan Seventeen. Peneliti telah melakukan proses emahaman secara menyeluruh terhadap konten yang ditemukan dalam literatur dan penelitian sebelumnya, serta kemampuan peneliti untuk menghubungkan informasi tersebut dengan konteks penelitian yang dilakukan. pemilahan sumber informasi yang didapat sehingga dapat sesuai dengan topik yang sedang dibahas. Metode penelitian Studi Pustaka bertujuan untuk memberikan pemahaman menyeluruh kepada pembaca atau khalayak tentang bagaimana Seventeen menerapkan strategi komunikasi dalam memasarkan albumnya. Dengan mempelajari literatur dan penelitian masa lalu, peneliti dapat memberikan informasi dan wawasan mendalam mengenai langkah spesifik yang diambil Seventeen untuk sukses di industri musik. Dengan demikian, metode penelitian sastra membuka pintu pengetahuan yang luas dan mendalam mengenai praktik komunikasi efektif di industri musik, dengan penekanan pada metode yang diambil oleh Seventeen.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Pemanfaatan media sosial Youtube

Pemanfaatan YouTube menjadi salah satu pilar strategi komunikasi yang sangat efektif untuk mempromosikan album baru Seventeen, grup K-pop terkenal Korea. Dengan menggunakan berbagai fitur dan interaksi di platform, Seventeen dan perusahaan agensinya Pledis Entertainment berupaya menciptakan kampanye iklan yang menarik dan terhubung langsung dengan penggemarnya.

Salah satu aspek kunci dari strategi media Seventeen di YouTube adalah penggunaan iklan YouTube. Iklan ini muncul sebelum atau saat video lain diputar di platform. Dengan mengamati kebiasaan pengguna YouTube dan menargetkan audiens yang tepat, iklan YouTube menjadi alat yang efektif untuk meningkatkan visibilitas album baru Seventeen. Melalui iklan tersebut, teaser pendek lagu baru atau momen menarik dalam pembuatan album dapat disajikan secara menarik kepada calon penggemarnya.

Selain itu, berkolaborasi dengan YouTuber sesama idola juga menjadi bagian tak terpisahkan dari strategi komunikasi Seventeen. Berkolaborasi dengan YouTuber sesama idola dapat membantu membawa album baru ini ke khalayak yang lebih luas, sesama penggemar walaupun berbeda fandom akan saling membantu. Para YouTuber ini dapat memberikan ulasan, masukan, atau bahkan wawancara perdana dengan anggota Seventeen, menciptakan gebrakan positif di komunitas YouTube dan menarik perhatian pada album baru yang akan datang. Hal ini tidak hanya menciptakan kehadiran daring yang kuat tetapi juga meningkatkan antusiasme penggemar dan publik. Merilis teaser sesuai jadwal yang telah ditentukan juga menjadi bagian penting dari strategi komunikasi Seventeen, biasanya teaser berisi instrumen lagu dan potongan musik video yang membuat semua orang penasaran. Mulai dari situ biasanya penggemar baru sadar jika selama ini ternyata para anggota sering memberikan spoiler yang tidak terduga sebelumnya.

Melalui kanal youtube, mereka bisa berbagi video di balik layar, video musik resmi, dan siaran langsung. Mereka tidak hanya menyajikan materi promosi tetapi juga membuat konten yang menghibur dan menarik untuk memberikan pengalaman unik kepada penggemar. Seventeen sendiri memiliki konten rutin berjudul *going seventeen*, konten tersebut berhasil menarik banyak penggemar baru yang bahkan banyak penggemar menyukai musik seventeen melalui acara tersebut dahulu. Pledis Entertainment, perusahaan agensi Seventeen, juga memastikan bahwa saluran resminya dikelola dengan baik dan membiarkan para anggota aktif dalam kanal mereka.

Menggunakan siaran langsung juga merupakan strategi yang efektif. Seventeen dapat menggunakan siaran langsung YouTube untuk berinteraksi langsung dengan penggemar, memberikan informasi sampai mana pengerjaan album, memberi spoiler berupa ketikan atau instrumen lagu.[5] Penggemar dapat meninggalkan komentar dan mengajukan pertanyaan secara langsung, menciptakan hubungan emosional yang kuat antara idola dan penggemar.

Saat merencanakan dan menerapkan strategi ini, kerja sama yang erat antara Seventeen dan Pledis Entertainment sangatlah penting. Perusahaan bertanggung jawab untuk mengelola dan mendukung kehadiran daring Seventeen, memastikan bahwa setiap langkah strategi media YouTube selaras dengan visi keseluruhan kampanye promosi album. Singkatnya, penggunaan YouTube oleh Seventeen dan Pledis Entertainment sebagai bagian dari strategi media mereka untuk mempromosikan album baru mereka terbukti efektif dalam mencapai tujuan ini. Melalui kombinasi periklanan YouTube, kolaborasi dengan YouTuber populer, penayangan cuplikan terjadwal, dan pengelolaan saluran resmi yang efektif. Seventeen telah membangun kehadiran yang kuat dan hubungan langsung dengan penggemar di seluruh dunia. Pendekatan ini tidak hanya menciptakan gebrakan seputar album baru tetapi juga memperkuat ikatan emosional antara Seventeen dan Carats, sehingga menghasilkan pengalaman yang mendalam dan mengesankan.

3.2 Pemanfaatan media sosial Instagram

Penggunaan Instagram telah menjadi salah satu elemen kunci dalam strategi komunikasi untuk mempromosikan album baru dalam dunia kpop. Sebagai platform visual yang sangat populer, Instagram memungkinkan Seventeen terhubung secara langsung dan efektif dengan penggemar, Carats.[4]

Salah satu aspek kunci dari strategi komunikasi Seventeen di Instagram adalah penggunaan iklan Instagram. Melalui iklan berbayar ini, Seventeen bisa memperluas cakupan promosi album barunya ke lebih banyak target audiens. Dengan menggabungkan kreativitas visual dan penargetan yang cermat, iklan Instagram dapat menghasilkan eksposur yang maksimal dan menarik potensi promosi lebih luas. Selain itu, tautan langsung pada iklan Instagram dapat mengarahkan pengguna untuk mendapatkan informasi lebih lanjut atau langsung menuju ke platform penjualan daring.

Seventeen juga aktif memposting jadwal perilisan dan foto konsep album barunya di akun Instagram resminya. Dengan merilis konten secara rutin sesuai jadwal yang telah diumumkan sebelumnya, Seventeen menciptakan ekspektasi dan rasa penasaran para penggemar. Penggunaan gambar yang menarik, termasuk foto konsep dan teaser, membantu meningkatkan daya tarik dan menciptakan minat penggemar untuk mengikuti perkembangan album baru selanjutnya. Memiliki jadwal yang teratur juga membantu menjaga penggemar tetap terlibat dan terlibat selama promosi. Pentingnya kehadiran daring yang konsisten ditunjukkan melalui pengelolaan akun Instagram resmi Seventeen dan perusahaan manajemennya Pledis Entertainment. Dengan mencantumkan nama pengguna Instagram resmi mereka @saythename_17 di setiap unggahan. Seventeen memudahkan para penggemar untuk menemukan dan mengikuti akun resminya dengan lebih mudah. Hal ini tidak hanya meningkatkan visibilitas mereka di platform tetapi juga memastikan bahwa penggemar dapat terhubung langsung dengan konten dan pembaruan resmi.

Selain akun resmi, interaksi langsung dengan penggemar juga menjadi bagian penting dalam strategi komunikasi Instagram. Seventeen kerap mengadakan sesi tanya jawab (Q&A) di Instagram Stories atau melalui live streaming. Selama sesi ini, anggota Seventeen dapat menjawab pertanyaan penggemar, memberikan preview album baru, atau berbagi momen dari kehidupan sehari-hari mereka. Hal ini menciptakan kedekatan antara anggota dan penggemar, memperdalam hubungan emosional, dan membangun komunitas yang kuat di platform.

Selain akun resmi grup, setiap anggota Seventeen juga memiliki akun Instagram pribadi. Dalam strategi komunikasi ini, setiap anggota dapat mengelola dan menjalin hubungan langsung dengan penggemar melalui akun pribadinya. Terkadang, mereka mungkin mengadakan sesi tanya jawab atau berbagi gambar perdana untuk memberikan gambaran lebih dalam kepada penggemar tentang kehidupan dan pemikiran pribadi mereka. Saat mengembangkan strategi komunikasi Instagram Anda, berkolaborasi dengan akun penggemar atau akun penggemar resmi juga merupakan langkah bijak.[4] Mengizinkan akun penggemar mengatur sesi tanya jawab atau berbagi konten yang terkadang tidak ada di media sosial lain ini dapat memperluas jangkauan dan meningkatkan keterlibatan penggemar. Kolaborasi jenis ini menciptakan pengalaman yang lebih intim dan melibatkan seluruh komunitas penggemar Seventeen.

Singkatnya, strategi komunikasi Instagram Seventeen mencakup serangkaian langkah yang terkoordinasi dengan baik, mulai dari beriklan di Instagram untuk meningkatkan visibilitas hingga mengunggah kalender dan foto konsep untuk menarik minat penggemar. Melibatkan penggemar melalui sesi tanya jawab dan interaksi langsung antar akun yang berbeda juga merupakan pilar utama. Dengan memanfaatkan Instagram sepenuhnya, Seventeen berhasil menciptakan dan mempertahankan tingkat keterlibatan penggemar yang kuat sambil mempromosikan album baru mereka. Pendekatan ini tidak hanya membantu meningkatkan penjualan album tetapi juga menjalin hubungan dekat dan jangka panjang antara Seventeen dan Carats.

3.3 Pemanfaatan media sosial Twitter

Di era digital, jejaring sosial, termasuk Twitter, telah menjadi platform yang sangat efektif untuk mempromosikan karya seni, terutama di industri musik K-pop yang sangat dinamis. [6] Twitter telah menjadi salah satu media sosial yang sangat populer di kalangan para penggemar Kpop, oleh karena itu media sosial ini dapat memberikan peluang besar bagi kesuksesan album yang akan dirilis oleh para idola Kpop. [6] Seventeen, salah satu grup K-pop papan atas, melakukan langkah cerdas dan kreatif dengan menggunakan Twitter untuk menjalin hubungan yang kuat dengan penggemar dan mempromosikan album baru mereka.

Twitter, dengan jangkauan globalnya yang luas, memberikan Seventeen akses langsung ke jutaan penggemar di seluruh dunia. Salah satu cara utama mereka membangun antisipasi seputar album baru adalah dengan membagikan link trailer video musik yang akan dirilis. Dengan merilis teaser di akun resmi Twitter Seventeen @pledis_17 dan @pledis_17jp, Seventeen menciptakan gebrakan besar di hati para penggemar, meningkatkan ekspektasi dan kegembiraan menjelang perilisan resmi albumnya. Teaser video klip tersebut tidak hanya memberikan gambaran sekilas kepada para penggemar tentang konsep visual dan musikal yang akan datang, namun juga memicu diskusi di antara para penggemar, menciptakan kegembiraan dan antusiasme yang diperlukan untuk menciptakan kesuksesan pada album tersebut.

Selain itu, Twitter juga digunakan oleh Seventeen untuk memberi tahu penggemar tentang acara dan aktivitas yang telah diselenggarakan atau diikuti oleh grup tersebut. Melalui platform ini, mereka memberi informasi kepada penggemar tentang konser, sesi tanda tangan, penampilan ragam hiburan, penampilan televisi, dan partisipasi dalam acara lainnya. Penggemar setia dapat dengan mudah mengakses informasi terkini ini, sehingga mereka dapat merencanakan kehadiran acaranya. Hal ini tidak hanya memberi penggemar akses ke dunia Seventeen, tetapi juga membantu menciptakan ekspektasi penggemar atas kehadiran fisik mereka di acara tersebut. Selain itu, Seventeen juga menggunakan Twitter untuk membagikan aktivitas sehari-hari mereka di balik layar. Dengan memposting foto dan video latihan para anggota, persiapan panggung, dan momen sehari-hari, Seventeen memberi penggemar gambaran sekilas tentang kehidupan sehari-hari mereka. Ini menciptakan hubungan emosional dengan penggemar, membuka jendela ke dunia pribadi Seventeen dan menciptakan hubungan yang lebih dalam antara band dan penggemar.

Dalam hal ini, Twitter adalah jendela menuju dunia Seventeen. Ini bukan hanya tentang mempromosikan album baru, tetapi juga melibatkan penggemar dalam proses kreatif band dan kehidupan sehari-hari. Dengan menggunakan Twitter secara bijak, Seventeen tidak hanya memperluas jangkauannya tetapi juga mempererat hubungan dengan penggemar, menciptakan

komunitas yang kuat, dan memastikan bahwa promosi album baru mereka memberikan dampak yang kuat dan bertahan lama. Twitter telah menjadi jembatan dua arah yang menghubungkan Seventeen dan penggemarnya, membantu mereka merayakan kesuksesan dan merasakan keintiman perjalanan musik bersama.

3.4 Pemanfaatan media sosial TikTok

TikTok merupakan jejaring sosial dimana hampir semua perusahaan kini menggunakan jejaring sosial ini untuk mempromosikan album mereka. TikTok, sebagai platform yang berfokus pada video pendek dan kreatif, menawarkan peluang unik bagi grup K-pop untuk berinteraksi langsung dengan penggemar dan memperluas jangkauan promosi mereka.[7]

Salah satu aspek utama dari strategi komunikasi TikTok adalah menciptakan tantangan dance yang dikaitkan dengan lagu-lagu dari album baru Seventeen. Tantangannya meminta penggemar untuk membuat video mereka sendiri dengan menampilkan tarian yang telah ditentukan sebelumnya atau membuat gerakan kreatif yang terinspirasi oleh lagu tersebut. Dengan cara ini, Seventeen menciptakan interaksi langsung dengan penggemar dan menciptakan tren yang dapat menyebar luas di platform. Membuat tantangan menari di TikTok memiliki potensi besar untuk menarik perhatian besar-besaran karena TikTok merupakan platform yang sangat populer di kalangan remaja dan anak muda. Dengan melibatkan penggemar dalam tantangan ini, Seventeen menciptakan keterlibatan yang lebih dalam dan mendorong distribusi konten organik terkait album baru mereka.

Selain tantangan tarian, mendistribusikan lagu baru Seventeen melalui FYP dan rutin memposting konten dance adalah strategi komunikasi mereka. Melalui penggunaan hashtag populer dan teknik pemasaran kreatif di TikTok, grup ini mampu meningkatkan visibilitas lagu mereka ke khalayak pengguna TikTok yang lebih luas. Video pendek yang menampilkan tantangan menyanyi dan menari juga dapat menjadi tren di FYP, memberikan paparan yang signifikan dan membangkitkan minat terhadap lagu-lagu baru. Seventeen menggunakan jejaring sosial TikTok untuk mempromosikan album baru mereka. Melalui dance challenge, streaming lagu melalui FYP, dan rutin membuat konten dance di akun resminya,[7] Seventeen mampu memperluas jangkauan promosinya. Seventeen memastikan bahwa penggemar dapat dengan mudah mengakses konten mereka di platform.

3.5 Pemanfaatan Weverse

Seventeen, grup musik asal Korea Selatan, telah sukses memanfaatkan media sosial Weverse sebagai alat utama dalam berinteraksi dua arah dengan penggemarnya. Dengan semakin meningkatnya penggunaan platform tersebut, Seventeen tidak hanya memanfaatkannya untuk membagikan momen kehidupan sehari-hari, tetapi juga memberikan pandangan kepada penggemar tentang proses kreatif mereka.[2]

Melalui Weverse, para anggota Seventeen secara aktif membagikan foto-foto di balik layar saat proses pengerjaan album baru mereka.[2] Hal ini memberikan penggemar sensasi mendalam tentang upaya dan dedikasi yang mereka curahkan dalam setiap proyek.

Salah satu taktik unggul Seventeen adalah keahlian mereka dalam memberikan spoiler yang cerdas dan menarik. Baik melalui postingan tertulis maupun siaran langsung, para anggota tidak hanya mengungkapkan sedikit demi sedikit tentang album baru mereka, tetapi juga menghadirkan candaan dan interaksi antar anggota yang membuat penggemar semakin terlibat.

Dengan menempatkan spoiler sebagai daya tarik utama, Seventeen membangun antisipasi yang kuat di antara penggemar, menciptakan keinginan untuk terus mengikuti informasi terbaru mereka. Tidak hanya memberikan spoiler, komunikasi antar anggota Seventeen dalam bentuk candaan dan reaksi spontan juga menjadi bagian integral dari strategi mereka.

Saling menimpali candaan soal spoiler satu sama lain tidak hanya menciptakan suasana santai dan ramah, tetapi juga membuktikan kedekatan dan kebersamaan di antara anggota grup.[2] Hal ini tidak hanya membuat penggemar merasa lebih dekat dengan idolanya, tetapi juga menciptakan atmosfer yang positif di antara komunitas penggemar Seventeen.

Secara keseluruhan, Seventeen telah berhasil menggabungkan kecerdasan strategis dan keaslian dalam penggunaan Weverse sebagai media sosial utama mereka. Dengan berbagi momen yang tidak disediakan di platform manapun, memberikan spoiler yang menarik, dan saling bercanda secara aktif, Seventeen tidak hanya mempromosikan album baru mereka dengan efektif, tetapi juga memperkuat ikatan dengan penggemar mereka, menciptakan komunitas yang solid dan bersemangat.[2]

3.6 Pemanfaatan komunikasi melalui konser

Seventeen, grup K-pop yang sangat populer dan berbakat, menggunakan strategi cerdas dan kreatif untuk mempromosikan album baru mereka melalui konser yang mereka selenggarakan. Salah satu taktik paling efektif yang mereka gunakan adalah memberikan spoiler kepada penggemar, menciptakan antisipasi dan kegembiraan bagi banyak penggemar yang menonton.[3]

Melalui sesi berbincang antar anggota dan penggemar, Seventeen kerap melakukan spoiler album baru, menggoda penggemar dengan informasi yang menggugah semangat dan rasa penasaran. Salah satu cara paling populer yang mereka lakukan adalah dengan memberikan spoiler tentang koreografi lagu baru mereka. Saat perbincangan di sela-sela jeda konser, beberapa anggota kerap memperlihatkan spoiler kilasan gerakan keografi yang akan muncul di lagu-lagu album barunya. Penggemar setianya dengan cepat merespons dengan antusias, mendiskusikan dan menganalisis setiap gerakan secara detail. Hal ini tidak hanya memberikan wawasan lebih dalam tentang proses kreatif Seventeen tetapi juga menciptakan ikatan emosional antara mereka dan penggemarnya. Para penggemar merasa divalidasi dan diapresiasi ketika mereka dipercaya untuk melihat koreografinya sebelum lagu tersebut dirilis secara resmi.

Selain itu, Seventeen juga membeberkan lirik lagu barunya. Terkadang mereka menyanyikan cuplikan lirik dari album barunya. Penggemar dengan cepat mengenali liriknya dan mulai berspekulasi tentang konteksnya. Hal ini menciptakan kegembiraan dan diskusi di kalangan penggemar, mengajak mereka untuk memikirkan arti liriknya dan merasa lebih terhubung dengan album tersebut. Sedikit pengungkapan lirik juga membangun antisipasi terhadap suara keseluruhan lagu.

Selain membocorkan lagu dan koreografi, Seventeen terkadang bersenandung sebentar mengikuti melodi lagu barunya. Penggemar mendengarkan dengan cermat setiap detailnya, mencoba menebak bagaimana lagu tersebut akan berkembang dan menggambarkan cerita atau emosi yang mungkin disampaikan oleh musik tersebut.[3] Hal ini menciptakan kegembiraan dan antisipasi tentang bagaimana keseluruhan lagu akan terdengar.

Dengan menerapkan strategi ini, Seventeen menciptakan rasa penasaran dan antusiasme yang luar biasa di kalangan penggemar. Diskusi, analisis, dan spekulasi penggemar mengenai bocoran tersebut menciptakan hubungan yang kuat di antara keduanya. Ketika album tersebut akhirnya dirilis, kemeriahan dan antusiasme para penggemar yang telah terlibat sejak awal menciptakan lonjakan penjualan dan respon positif masyarakat. Melalui bocoran tersebut, Seventeen telah menarik perhatian yang kuat seputar album baru mereka, menjadikan perilisan album tersebut tidak hanya sekedar acara musik biasa tetapi juga acara yang dinikmati oleh jutaan penggemar di seluruh dunia. Tidak sekedar mendengarkan musik tetapi juga mengalami perjalanan kreatif bersama Seventeen, menjadikan hubungan antara band dan penggemar bukan sekedar hubungan antara artis dan penonton tetapi juga hubungan antara komunitas yang antusias dan penuh semangat.

3.7 Pemanfaatan komunikasi melalui jumpa penggemar

Penggunaan acara daring eksternal, terutama melalui jumpa penggemar, telah menjadi bagian penting dari strategi promosi album baru Seventeen. Band ini telah mengambil pendekatan kreatif untuk terhubung dengan penggemar dan membangun kegembiraan untuk perilisan album terbaru mereka. Bertemu penggemar secara daring bukan hanya sekedar cara berinteraksi dengan penggemar, namun juga menjadi wadah untuk memperkenalkan, berbagi, dan meningkatkan minat terhadap karya musik terbaru yang mereka hasilkan.[8]

Seventeen dengan cerdas menggunakan acara temu dan sapa penggemar sebagai kesempatan untuk membuka jendela ke dunia kreatif mereka dan memberi penggemar gambaran di balik layar proses kreatif album. Diantaranya berbagi momen di studio, video klip proses pengerjaan serta berbagai cerita menarik terkait pengalaman mereka selama pembuatan album. Dengan cara ini, jumpa penggemar tidak hanya menjadi platform untuk mempromosikan album baru tetapi juga membawa dimensi tambahan, pribadi, dan lebih dalam kepada para penggemar.[8]

Selain itu, Seventeen memanfaatkan jumpa penggemar tersebut untuk mengungkap atau membocorkan informasi mengenai album barunya. Dengan memberikan preview lagu, memperkenalkan sampel musik, atau berbagi informasi menarik tentang tema dan ide album, band ini telah menciptakan gebrakan yang signifikan di kalangan penggemar. Spoiler ini tidak hanya memberikan sesuatu yang dinantikan oleh penggemar, tetapi juga memicu rasa ingin tahu yang lebih besar dan mendorong percakapan di dalam basis penggemar Seventeen.

Pentingnya acara jumpa penggemar dalam rangka promosi album terbaru Seventeen ditunjukkan melalui interaktivitas yang tercipta. Selama acara berlangsung, semua anggota aktif mengikuti berbagai kegiatan seperti sesi tanya jawab, permainan, bahkan tantangan yang melibatkan penggemar. Hal ini menciptakan momen-momen menyenangkan dan hiburan, sehingga menjalin hubungan yang lebih erat antara anggota band dan penggemarnya. Kemampuan untuk berpartisipasi secara langsung dalam acara tersebut memberikan pengalaman yang lebih dalam dan lebih dekat kepada penggemar dengan idola mereka.

Seventeen juga menggunakan jumpa penggemar untuk interaksi yang hidup antar anggota grup. Humor, candaan dan interaksi spontan antar anggota menjadi daya tarik utama acara tersebut. Momen-momen ini menciptakan kegembiraan dan persahabatan yang erat di

antara anggota Seventeen, menciptakan suasana yang menyenangkan dan menghibur bagi para penggemar. Interaksi antar anggota tidak hanya memperkaya pengalaman penggemar, tetapi juga membantu menciptakan citra positif dan ramah dari Seventeen sebagai sebuah grup.

Pentingnya acara temu dan sapa penggemar juga terletak pada fakta bahwa acara tersebut menghasilkan partisipasi aktif penggemar. Melalui berbagai aktivitas, tantangan, dan sesi tanya jawab, penggemar tidak hanya menjadi penonton pasif tetapi juga peserta aktif dalam acara tersebut. Hal ini menciptakan rasa memiliki yang kuat di kalangan penggemar, yang merasa partisipasi mereka sangat berharga dan diapresiasi oleh Seventeen. Saat mempromosikan album baru, penggemar yang menghadiri jumpa penggemar sering kali merasa lebih terhubung dengan album tersebut. Pengalaman live dengan anggota Seventeen, pemahaman yang lebih dalam tentang proses kreatif, dan kegembiraan yang dibagikan di acara tersebut semuanya menciptakan hubungan emosional antara penggemar dan album yang baru dipromosikan.

Oleh karena itu, penggunaan acara jumpa penggemar daring telah menjadi elemen penting dalam strategi promosi Seventeen. Melalui interaktivitas yang luar biasa, momen di balik layar, pengungkapan konten, dan interaksi antar anggota, Seventeen tidak hanya mempromosikan album baru mereka tetapi juga membangun komunitas penggemar dan keterikatan yang aktif. Acara jumpa penggemar menjadi ajang berkumpulnya kekayaan konten dan kreativitas untuk menciptakan pengalaman tak terlupakan, sehingga membangkitkan antusiasme dan dukungan tingkat tinggi dari Carats dari seluruh dunia.

3.7 Pemanfaatan komunikasi melalui acara tanda tangan

Penggunaan acara daring eksternal, terutama melalui acara penandatanganan, telah menjadi strategi efektif untuk mempromosikan album baru Seventeen. Seventeen tak hanya memanfaatkan acara tanda tangan sebagai ajang memamerkan karya terbarunya, tapi juga sebagai sarana berinteraksi langsung dengan penggemar. Dengan melakukan hal ini, penggemar sering kali termotivasi untuk membeli album dalam jumlah besar, tidak hanya untuk mendapatkan materi album fisik tetapi juga untuk mendapatkan akses yang tidak semua penggemar bisa dapatkan ke pertemuan penggemar langsung, yang memungkinkan mereka Berinteraksi langsung dengan penggemar dan anggota Seventeen.

Aspek penting dari penggunaan acara tanda tangan adalah keputusan penggemar untuk membeli album secara massal sebagai syarat menghadiri acara tersebut.[8] Hal ini menciptakan dinamika unik di mana para penggemar bersaing untuk mendapatkan posisi teratas dalam pembelian album, yang berdampak positif pada penjualan album secara keseluruhan. Pilihan ini tidak hanya merupakan strategi pemasaran yang cerdas untuk Seventeen, tetapi juga memperkuat hubungan antara grup tersebut dan para penggemarnya yang paling bersemangat.

Seventeen memanfaatkan keinginan anggota band untuk mendapatkan tanda tangan atau bertemu langsung untuk membujuk mereka agar membeli album besar. Dalam banyak kasus, membeli album dalam jumlah besar memberikan kesempatan kepada penggemar untuk menghadiri acara tanda tangan langsung. Hal ini menghasilkan keterlibatan yang signifikan dari para penggemar, yang menganggap menghadiri sesi tanda tangan merupakan pengalaman yang sangat berharga.

Acara penandatanganan tanda tangan tersebut menjadi jembatan interaksi langsung dan personal antara Seventeen dengan penggemar setianya. Penggemar yang membeli album secara massal tidak hanya mendapatkan materi album dan tanda tangan dari para member, namun juga berkesempatan untuk ngobrol, berfoto bersama atau bahkan sekedar menyampaikan perasaannya kepada member Seventeen. Hal ini menciptakan pengalaman yang mengesankan dan memperdalam hubungan antara band dan penggemar, menciptakan hubungan yang lebih dekat dan emosional.

Pentingnya sesi tanda tangan terletak pada kenyataan bahwa sesi tersebut menciptakan kebutuhan yang kuat di kalangan penggemar untuk berpartisipasi langsung dalam kehidupan Seventeen. Ketika penggemar melihat bahwa kehadiran fisik mereka di acara tersebut tidak hanya memberi mereka merchandise tetapi juga memberikan kesempatan untuk menunjukkan dukungan mereka secara langsung, maka insentif untuk membeli album dalam jumlah besar akan meningkat. Hal ini menciptakan siklus positif di mana penggemar merasa dihargai dan Seventeen menerima dukungan finansial dan partisipasi langsung dari penggemarnya. Selain itu, Seventeen mengambil langkah cerdas dengan menggunakan jejaring sosial untuk mempromosikan acara penting ini. Mereka membagikan konten seperti cuplikan dari acara tanda tangan sebelumnya, foto-foto unik interaksi penggemar, bahkan memberikan spoiler acara. Keputusan ini membantu membangkitkan selera para penggemar yang belum berpartisipasi dan meningkatkan antusiasme secara keseluruhan.

Meskipun acara tanda tangan biasanya diadakan secara langsung, acara tersebut juga dapat digunakan dalam konteks daring, sehingga memungkinkan partisipasi penggemar internasional. Hal ini tidak hanya membuka peluang untuk keterlibatan global namun juga meningkatkan visibilitas Seventeen di seluruh dunia. Secara keseluruhan, memanfaatkan acara daring eksternal melalui acara penandatanganan tanda tangan merupakan strategi yang sangat efektif untuk mempromosikan album baru Seventeen. Dengan menggabungkan insentif untuk pembelian album dalam jumlah besar, interaksi langsung dengan penggemar, dan penggunaan media sosial, Seventeen mampu menciptakan kampanye iklan yang komprehensif. Acara unggulan tersebut tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan penjualan album namun juga menjalin ikatan yang mendalam antara Seventeen dengan para penggemar setianya, sehingga menciptakan pengalaman tak terlupakan dan berharga bagi kedua belah pihak.

Melalui hasil studi pustaka ini, dapat disimpulkan bahwa Seventeen telah sukses dalam merancang dan mengimplementasikan strategi komunikasi yang beragam untuk mempromosikan album baru mereka. Dengan memanfaatkan media sosial, acara jumpa penggemar, teaser lagu yang inovatif, dan keterlibatan aktif penggemar, Seventeen berhasil membangun hubungan yang erat dengan penggemar serta mencapai kesuksesan dalam penjualan album. Hasil-hasil penelitian ini memberikan wawasan mendalam tentang efektivitas strategi komunikasi Seventeen dalam menghadapi dinamika industri musik yang terus berubah.

4. Kesimpulan

Inisiatif Seventeen untuk memanfaatkan media sosial dan berinteraksi langsung dengan para penggemarnya merupakan sebuah strategi yang cerdas dan efektif untuk menghadapi tantangan dan persaingan di industri musik, khususnya di industri musik K-pop yang sangat kompetitif. Dalam konteks ini, penggunaan platform media sosial seperti YouTube, Instagram, Twitter, TikTok, dan Weverse memungkinkan Seventeen menjangkau khalayak yang lebih luas

dan membangun komunitas penggemar yang kuat. Seventeen tidak hanya menghibur para penggemar tetapi juga memperkuat hubungan emosional penggemar dengan mereka, mereka juga menciptakan konten yang menyenangkan dan interaktif. Interaksi langsung melalui acara temu sapa dan sesi tanda tangan memberi penggemar peluang berharga untuk terhubung secara pribadi dengan anggota Seventeen serta menciptakan pengalaman yang bermakna bagi penggemar dalam berbagai aktivitas seperti tantangan dan permainan juga menciptakan hubungan yang lebih dekat dan mendalam. Selain itu, mendengarkan masukan dari penggemar selama acara ini adalah strategi komunikasi yang cerdas. Hal ini tidak hanya menunjukkan bahwa Seventeen menghargai pendapat penggemar, tetapi juga membantu mereka memahami keinginan penggemar dan menyikapinya dengan cara yang positif. Kolaborasi penggemar juga menciptakan koneksi yang lebih besar dalam komunitas penggemar Seventeen. Seventeen tidak hanya memperkuat hubungan penggemarnya tetapi juga menciptakan landasan yang kokoh untuk kesuksesan jangka panjang dengan terus mengembangkan strategi komunikasi dan memperkuat hubungan dengan penggemar. Keberhasilan mereka dalam membangun hubungan yang kuat dan bermakna dengan para penggemarnya, Seventeen akan terus mendominasi industri musik dan memantapkan posisinya sebagai salah satu grup K-pop terkemuka di dunia.

Melalui hasil studi pustaka ini, dapat disimpulkan bahwa Seventeen telah sukses dalam merancang dan mengimplementasikan strategi komunikasi yang beragam untuk mempromosikan album baru mereka. Dengan memanfaatkan media sosial, acara jumpa penggemar, teaser lagu yang inovatif, dan keterlibatan aktif penggemar, Seventeen berhasil membangun hubungan yang erat dengan penggemar serta mencapai kesuksesan dalam penjualan album. Hasil-hasil penelitian ini memberikan wawasan mendalam tentang efektivitas strategi komunikasi Seventeen dalam menghadapi dinamika industri musik yang terus berubah. Selain itu, penelitian ini juga memberikan landasan bagi penelitian selanjutnya. Pengujian lebih lanjut dapat dilakukan dalam konteks yang berbeda, seperti mengeksplorasi strategi komunikasi grup K-pop lain atau membandingkan strategi komunikasi Seventeen dengan grup lain. Penting juga untuk mengevaluasi dampak faktor-faktor tertentu, seperti jenis konten yang dibagikan, frekuensi interaksi, atau bahkan kehadiran luring terhadap keberhasilan strategi komunikasi. Dengan mempertimbangkan temuan dan rekomendasi ini, penelitian di masa depan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang dinamika kompleks antara idola dan penggemar di era media sosial dan industri hiburan saat ini. Oleh karena itu, penelitian ini tidak hanya memberikan pemahaman mendetail mengenai strategi komunikasi Seventeen namun juga membuka peluang eksplorasi lebih lanjut pada bidang penelitian tersebut.

Daftar Pustaka

- [1] M. Salma Hanan, “INTERAKSI PARASOSIAL ANTARA IDOLA DENGAN PENGGEMARNYA (Studi Penggemar Boygroup K-Pop Seventeen) Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I pada Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Informatika Oleh,” 2021.
- [2] A. Z. Tofani, ““Meraih Keunggulan Bidang Ilmu Sosial dan Politik Weverse Sebagai Sarana Komunikasi Fans Dengan Idol (Studi Pada Interaksi Seventeen Dan Carat),” *Prosiding Konferensi Nasional Sosial Politik (KONASPOL)*, vol. 1, 2023, Diakses: 7 Oktober 2023. [Daring]. Tersedia pada: <https://jurnal.usbykp.ac.id/index.php/prosiding-konaspol/article/view/2382>
- [3] N. Valencialaw, L. Savitri, dan S. Utami, “Natasya Valencialaw, Lusia Savitri Setyo Utami: K-Pop dan Perilaku Konsumtif Menonton Konser K-Pop dan Perilaku Konsumtif Menonton Konser,” 2022.
- [4] R. Loisa dan L. Savitri Setyo Utami, “Wishandy, Riris Loisa, Lusia Savitri Setyo Utami: Fanatisme Penggemar K-Pop Melalui Media Sosial (Studi pada Akun Instagram Fanbase Boyband iKON) Fanatisme Penggemar K-Pop Melalui Media Sosial (Studi pada Akun Instagram Fanbase Boyband iKON),” 2019. [Daring]. Tersedia pada: <https://kumparan.com/@kumparank-pop/ikon-bawakan-dua->
- [5] R. M. Hakim dan A. Fatoni, “PENGARUH TERPAAN MEDIA SOSIAL YOUTUBE DAN INTERAKSI ANTARSOSIAL TERHADAP PERILAKU IMITASI REMAJA PUTRI (Studi Kasus Video Clip Blackpink-Ddu Du Ddu Du),” *Scriptura*, vol. 10, no. 1, hlm. 15–23, Jul 2020, doi: 10.9744/scriptura.10.1.15-23.
- [6] STEFANI DEWI KUSUMANINGTIAS, “KOMUNIKASI EKSPRESIF FANGIRLING PENGGEMAR NCT DALAM CUITAN DI TWITTER,” <https://e-journal.uajy.ac.id/27796/>, 2022.
- [7] C. Abidin dan J. Lee, “K-pop TikTok: TikTok’s expansion into South Korea, TikTok Stage, and platformed glocalization,” *Media International Australia*, vol. 188, no. 1, hlm. 86–111, Agu 2023, doi: 10.1177/1329878X231186445.
- [8] “K-Pop Marketing Tactics That Build Fanatical Behavior,” *Galaxy Science*, Jun 2021. doi: 10.11594/nstp.2021.1007.