Didaktik : Jurnal Ilmiah PGSD STKIP Subang,
ISSN Cetak : 2477-5673 ISSN Online : 2614-722X
Volume 12 Nomor 03, September 2026

PENGARUH MEDIA FANBASE @KIMJIWOONG_INA TERHADAP PEMENUHAN INFORMASI KOMUNITAS WOONGDEONGIES DI PLATFORM X

Vitaloka Maharani Awalia Diazony[1], Ade Budi Santoso[2]
[1,2] Universitas Bina Sarana Informatika
[1]diazonyvitaloka@gmail.com

ABSTRACT

Fans require information about their idols as a form of fulfilling their information needs. The development of social media has positioned fanbase accounts as one of the key sources for fans to obtain the latest news and activities related to their idols. This study aims to examine the influence of the fanbase media @KIMJIWOONG_INA on the information fulfillment of the Woongdeongies community on the X platform. This research uses a quantitative method with a simple random sampling technique. Data were collected through questionnaires distributed to 100 respondents who are followers of the @KIMJIWOONG_INA account on the X platform. This study applies the Uses and Gratifications Theory, which explains that audiences are active in selecting and using media to fulfill specific needs, one of which is information needs. The results show that the fanbase media @KIMJIWOONG_INA has a positive and significant effect on fans' information fulfillment. The magnitude of this influence is 49.9%. It can be concluded that the fanbase media @KIMJIWOONG_INA influences the information fulfillment of the Woongdeongies community on the X platform.

Keywords: Fanbase Media, Social Media, X Platform, @KIMJIWOONG_INA, Information Fulfillment, Uses and Gratifications Theory

ABSTRAK

Penggemar membutuhkan informasi mengenai idola mereka sebagai bentuk pemenuhan kebutuhan informasi. Perkembangan media sosial menjadikan *fanbase* sebagai salah satu sumber informasi bagi penggemar dalam memperoleh berita dan aktivitas terbaru idola. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh media *fanbase* @KIMJIWOONG_INA terhadap pemenuhan informasi komunitas Woongdeongies di *platform* X. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel simple random sampling. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden pengikut akun @KIMJIWOONG_INA di *platform* X. Penelitian ini menggunakan Teori *Uses and Gratifications* yang menjelaskan bahwa audiens secara aktif memilih dan menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan tertentu, salah satunya kebutuhan informasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media *fanbase* @KIMJIWOONG_INA berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemenuhan

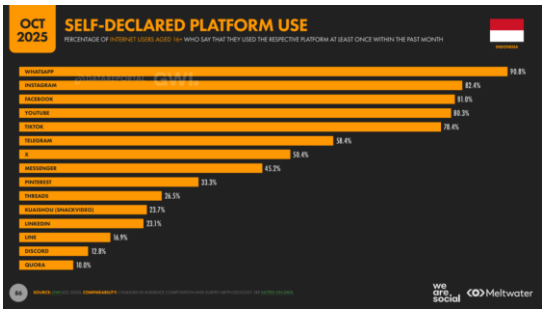
informasi penggemar. Besarnya pengaruh media *fanbase* @KIMJIWOONG_INA terhadap pemenuhan informasi penggemar sebesar 49,9%. Dapat disimpulkan bahwa media *fanbase* @KIMJIWOONG_INA memiliki pengaruh terhadap pemenuhan informasi komunitas Woongdeongies di *platform* X.

Kata Kunci: Media *Fanbase*, Media Sosial, *Platform* X, @KIMJIWOONG_INA, Pemenuhan Informasi, *Uses and Gratifications*

A. Pendahuluan

Media sosial telah menjadi salah satu sarana komunikasi yang paling banyak digunakan masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Selain berfungsi sebagai media interaksi, media sosial juga dimanfaatkan sebagai sumber informasi yang mampu memenuhi berbagai kebutuhan pengguna. Menurut Masduki (2025), media sosial merupakan platform digital yang memungkinkan individu untuk berinteraksi, berbagi informasi, membangun jaringan sosial, serta menyampaikan pendapat melalui internet. Perkembangan teknologi digital menjadikan media sosial tidak hanya sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai media penyebaran informasi yang cepat, luas, dan mudah diakses oleh berbagai kalangan.

Di Indonesia, penggunaan media sosial terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Data We Are Social (2025) menunjukkan bahwa jumlah pengguna media sosial di Indonesia mencapai 180 juta akun atau sekitar 62,9% dari total populasi dengan rata-rata durasi penggunaan mencapai 21 jam 50 menit per minggu. Salah satu platform yang masih banyak digunakan adalah X (sebelumnya Twitter) dengan persentase pengguna sebesar 50,4%.

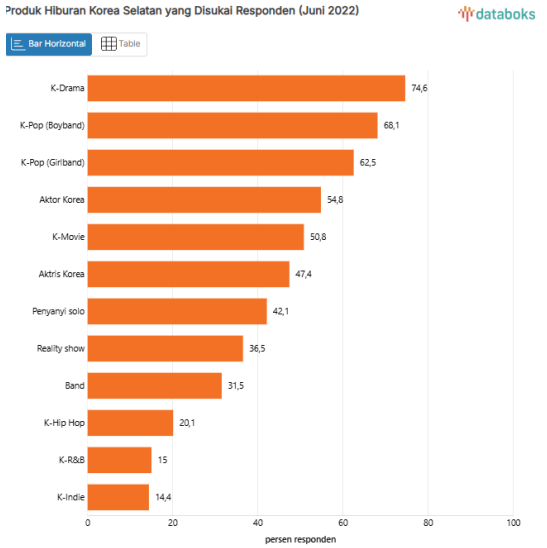


Gambar 1. Persentase Penggunaan Media Sosial di Indonesia Tahun 2025

Platform ini memungkinkan penggunanya menyampaikan informasi dalam bentuk teks, gambar, maupun video secara real time sehingga menjadi media yang efektif dalam penyebaran informasi. Platform

X (sebelumnya Twitter) merupakan salah satu media sosial berbasis *microblogging* yang memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi dan berbagi informasi secara cepat melalui unggahan teks, gambar, video, maupun tautan. Menurut PJI UMA (2021), Twitter dirancang sebagai media yang memudahkan pengguna menyampaikan informasi secara singkat dan berinteraksi dengan pengguna lain melalui berbagai fitur, seperti *reply*, *repost*, *quote*, *hashtag*, dan *trending topics*. Setelah berganti nama menjadi X, platform ini tetap mempertahankan karakteristiknya sebagai media penyebaran informasi secara real-time yang memungkinkan pengguna memperoleh berbagai informasi terbaru dengan cepat.

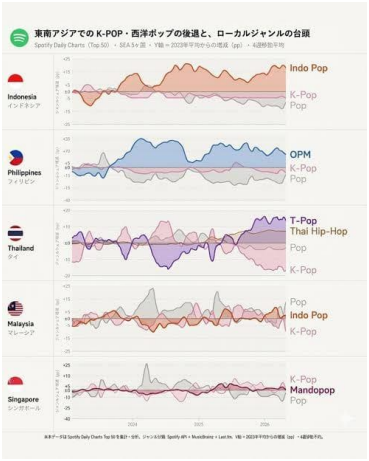
Fenomena tingginya penggunaan media sosial juga berkaitan dengan semakin berkembangnya Korean Wave (Hallyu) di Indonesia. Berdasarkan survei Katadata Insight Center (KIC) bersama Zigi.id, minat masyarakat terhadap budaya Korea Selatan terus meningkat, khususnya pada bidang hiburan. K-Pop menempati salah satu subsektor dengan tingkat minat tertinggi setelah drama Korea.



Gambar 2

Persentase Minat *K-Pop* Pada Tahun 2022

Berdasarkan riset yang dilakukan Jakpat Music Concert Trends dan hasil data dari Spotify Daily Chart yang dibagikan oleh akun X @tsurezure_lab, Indonesia menjadi negara yang mengalami penurunan minat pada K-Pop di tahun 2026. Porsi K-Pop di chart spotify terlihat menyusut dari 5% menjadi 1% disusul dengan meningkatnya pasar music local dari 60% menjadi 78%.



Gambar 3

Minat K-Pop Pada Tahun 2026

Kondisi tersebut mendorong terbentuknya berbagai komunitas penggemar (fandom) yang memanfaatkan media sosial sebagai sarana memperoleh informasi mengenai idola mereka. Kecepatan penyebaran informasi menjadikan X banyak dimanfaatkan oleh berbagai komunitas, termasuk komunitas penggemar K-Pop. Melalui platform ini, penggemar dapat mengikuti perkembangan terbaru mengenai idola mereka, berinteraksi dengan sesama penggemar, serta memperoleh informasi yang dibagikan oleh akun fanbase maupun sumber resmi. Karakteristik tersebut menjadikan X sebagai platform yang relevan untuk mengkaji peran media fanbase dalam memenuhi kebutuhan informasi penggemar.

Dalam komunitas K-Pop, fanbase memiliki peran penting sebagai penyedia sekaligus penyebar informasi resmi maupun informasi pendukung mengenai aktivitas idola. Fanbase menjadi media yang menghubungkan penggemar dengan berbagai informasi terbaru, seperti jadwal kegiatan, perilisan karya, pencapaian, hingga proyek dukungan yang diselenggarakan oleh komunitas. Salah satu fanbase yang aktif menggunakan platform X adalah @KIMJIWOONG_INA, yaitu fanbase Indonesia yang berfokus menyampaikan berbagai informasi mengenai Kim Jiwoong, anggota grup K-Pop Zerobaseone. Akun tersebut menjadi sumber informasi utama bagi komunitas penggemar Kim Jiwoong yang dikenal sebagai Woongdeongies, dengan menyediakan informasi yang diperoleh dari berbagai platform resmi seperti Instagram, YouTube, TikTok, dan Mnet Plus secara cepat dan terpusat.

Peran fanbase sebagai media informasi dapat dijelaskan melalui Teori Uses and Gratifications yang dikemukakan oleh Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch. Teori ini menjelaskan bahwa khalayak

bersifat aktif dalam memilih media yang mampu memenuhi kebutuhan dan kepuasan tertentu. Secara harfiah, *uses* berarti "penggunaan" atau "cara menggunakan", sedangkan *gratification* berarti "kepuasan" atau "pemenuhan kebutuhan". Dalam teori ini, khalayak dipandang sebagai pihak yang aktif dalam menentukan media yang digunakan serta isi media yang ingin dikonsumsi.

Dalam konteks penelitian ini, penggemar secara sadar memilih mengikuti akun fanbase sebagai media yang dianggap mampu memenuhi kebutuhan informasi mengenai aktivitas idola mereka. Dengan demikian, efektivitas fanbase dalam menyampaikan informasi akan memengaruhi tingkat terpenuhinya kebutuhan informasi para penggemar.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi penggemar. Berbagai penelitian terdahulu telah mengkaji peran media sosial fanbase sebagai media pemenuhan kebutuhan informasi penggemar K-Pop. Hasil penelitian tersebut secara umum menunjukkan bahwa media sosial fanbase berperan dalam mempermudah akses informasi, mempercepat penyebaran berita, serta meningkatkan pemenuhan kebutuhan informasi penggemar terhadap aktivitas idola. Meskipun demikian, penelitian-penelitian tersebut masih berfokus pada fanbase maupun platform media sosial yang berbeda. Hingga saat ini belum ditemukan penelitian yang secara khusus mengkaji pengaruh media fanbase @KIMJIWOONG_INA pada platform X terhadap pemenuhan informasi komunitas Woongdeongies. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh media fanbase @KIMJIWOONG_INA terhadap pemenuhan informasi penggemar pada komunitas Woongdeongies di platform X. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian komunikasi digital, khususnya mengenai peran fanbase sebagai media pemenuhan kebutuhan informasi di kalangan penggemar K-Pop, sekaligus menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya maupun pengelola fanbase dalam meningkatkan kualitas penyampaian informasi.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Menurut Sugiyono (2022), metode kuantitatif merupakan pendekatan penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme untuk meneliti populasi atau sampel tertentu menggunakan instrumen penelitian, dengan analisis data yang bersifat statistik guna menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan mengukur hubungan dan pengaruh antara variabel media fanbase @KIMJIWOONG_INA terhadap pemenuhan informasi komunitas Woongdeongies secara objektif melalui analisis statistik. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengikut akun @KIMJIWOONG_INA pada platform X yang tergabung dalam komunitas Woongdeongies. Sampel penelitian berjumlah 100 responden yang dipilih menggunakan teknik simple random sampling, sehingga setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk menjadi responden penelitian. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara daring kepada pengikut akun @KIMJIWOONG_INA menggunakan Google Form dengan skala likert lima poin, yaitu sangat tidak setuju (1), tidak setuju (2), netral (3), setuju (4), dan sangat setuju (5). Variabel independen dalam penelitian ini adalah media fanbase @KIMJIWOONG_INA yang diukur berdasarkan dimensi *context, communication, collaboration,* dan *connection*. Sementara itu, variabel dependen adalah pemenuhan informasi yang diukur berdasarkan dimensi *cognitive needs, affective needs, personal integrative needs, social integrative needs*, dan *escapist needs* sesuai dengan Teori Uses and Gratifications.

Selain data kuantitatif, penelitian ini juga didukung oleh wawancara dengan admin fanbase @KIMJIWOONG_INA dan @ZEROBASEONE_INA untuk memperkuat interpretasi hasil penelitian. Data yang diperoleh dari kuisioner yang sudah disebarkan dianalisis menggunakan IBM SPSS Statistics 26 menggunakan Teknik analisis data.

1. **Uji Validitas**

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah instrumen

penelitian mampu mengukur variabel yang diteliti secara tepat. Pengujian dilakukan dengan mengorelasikan skor setiap item dengan skor total pada tingkat signifikansi 0,05 (Khairunnisa dalam Widodo et al., 2023).

2. **Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui tingkat konsistensi instrumen penelitian. Instrumen dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai Cronbach's Alpha > 0,60 (Widodo et al., 2023).

3. **Uji Normalitas**

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data penelitian berdistribusi normal sehingga memenuhi asumsi analisis statistik (Widodo et al., 2023).

4. **Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya ketidaksamaan varians residual pada model regresi. Model regresi yang baik tidak mengalami heteroskedastisitas (Sehangunaung et al., 2023).

5. **Uji Linearitas**

Uji linearitas diperlukan untuk mengetahui bentuk hubungan yang terjadi di antara variabel yang sedang diteliti. Uji ini dilakukan untuk melihat hubungan dari dua buah variabel yang sedang diteliti apakah ada hubungan yang linear dan signifikan (Machali, 2021)

6. **Analisis Regresi Linear Sederhana**

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen serta mengetahui arah hubungan yang terbentuk (Lestari et al., 2026).

7. **Uji Koefisien Korelasi**

Uji koefisien korelasi digunakan untuk mengetahui tingkat keeratan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen, dengan nilai koefisien berkisar antara -1 hingga 1 (Sehangunaung et al., 2023).

8. **Uji Koefisien Determinasi (R^2)**

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel

dependen yang dinyatakan dalam bentuk persentase (Sehangunaung et al., 2023).

9. **Uji Hipotesis (Uji t)**

Uji hipotesis dilakukan menggunakan uji t (parsial) untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen berdasarkan hasil pengujian statistik (Sarwono, 2017; Lestari et al., 2026).

Analisis tersebut dilakukan untuk mengetahui besarnya pengaruh media fanbase @KIMJIWOONG_INA terhadap pemenuhan informasi penggemar pada komunitas Woongdeongies.

C.Hasil Penelitian dan Pembahasan

Penelitian ini melibatkan 100 responden yang merupakan pengikut akun @KIMJIWOONG_INA pada platform X. Mayoritas responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 91% dengan usia 20–25 tahun sebanyak 54%, dan berstatus sebagai pekerja sebanyak 45%. Karakteristik tersebut menunjukkan bahwa pengikut fanbase didominasi oleh perempuan usia produktif yang aktif menggunakan media sosial dengan platform X untuk memperoleh informasi mengenai Kim Jiwoong.

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa variabel media fanbase memperoleh nilai rata-rata 4,009 yang termasuk dalam kategori setuju. Nilai tertinggi terdapat pada indikator penyajian informasi yang jelas dan terstruktur (mean = 4,31), sedangkan nilai terendah terdapat pada indikator interaksi fanbase dengan pengikut (mean = 3,48). Sementara itu, variabel pemenuhan informasi memperoleh nilai rata-rata 4,027 yang juga berada pada kategori setuju. Indikator dengan nilai tertinggi adalah kemampuan fanbase dalam menyediakan informasi mengenai Kim Jiwoong yang dibutuhkan penggemar (mean = 4,21), sedangkan nilai terendah terdapat pada indikator penggunaan konten sebagai sarana melepas penat (mean = 3,59).

Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, data telah memenuhi asumsi analisis regresi. Hasil uji normalitas menunjukkan nilai signifikansi 0,146 (>0,05), sedangkan uji heteroskedastisitas memperoleh nilai signifikansi 0,676 (>0,05),dan uji linearitas memperoleh nilai signifikansi 0,065 (>0,05) sehingga data dinyatakan memenuhi asumsi

statistik untuk analisis regresi linear sederhana. Hasil analisis regresi linear sederhana menghasilkan persamaan:

Y = 14,528 + 0,642X

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel media fanbase akan meningkatkan pemenuhan informasi sebesar 0,642. Selain itu, hasil uji t menunjukkan nilai t hitung = 9,880 lebih besar daripada t tabel = 1,984 dengan nilai signifikansi <0,001, sehingga hipotesis alternatif diterima. Dengan demikian, media fanbase @KIMJIWOONG_INA berpengaruh secara signifikan terhadap pemenuhan informasi penggemar pada komunitas Woongdeongies.

Hasil uji koefisien korelasi menunjukkan nilai r = 0,706, yang mengindikasikan hubungan kuat antara media fanbase dengan pemenuhan informasi. Sementara itu, nilai koefisien determinasi (R^2 = 0,499) menunjukkan bahwa media fanbase mampu menjelaskan 49,9% variasi pemenuhan informasi penggemar, sedangkan 50,1% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Temuan penelitian ini mendukung Teori Uses and Gratifications yang menyatakan bahwa khalayak secara aktif memilih media untuk memenuhi kebutuhan tertentu, termasuk kebutuhan informasi. Dalam penelitian ini, penggemar memanfaatkan akun @KIMJIWOONG_INA sebagai sumber informasi mengenai aktivitas Kim Jiwoong. Semakin baik kualitas informasi yang disajikan melalui fanbase, semakin tinggi pula tingkat pemenuhan informasi yang dirasakan oleh penggemar.

Hasil penelitian juga didukung oleh wawancara dengan admin fanbase @KIMJIWOONG_INA dan @ZEROBASEONE_INA.

Berdasarkan hasil wawancara, informasi yang dibagikan melalui fanbase telah melalui proses pencarian, verifikasi, dan penyebaran dari berbagai sumber resmi sehingga mampu memenuhi kebutuhan penggemar akan informasi terbaru mengenai aktivitas, jadwal, maupun karya Kim Jiwoong. Selain itu, berbagai penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa media sosial fanbase memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan informasi penggemar. Namun demikian, penelitian ini memberikan kontribusi

baru karena secara khusus mengkaji pengaruh fanbase @KIMJIWOONG_INA pada platform X terhadap pemenuhan informasi komunitas Woongdeongies.

E. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa media fanbase @KIMJIWOONG_INA pada platform X berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemenuhan informasi komunitas Woongdeongies. Hasil analisis regresi linear sederhana menunjukkan koefisien regresi sebesar 0,642, yang mengindikasikan bahwa semakin baik peran media fanbase dalam menyampaikan informasi, membangun komunikasi, dan menyediakan konten yang sesuai dengan kebutuhan penggemar, maka semakin tinggi pula tingkat pemenuhan informasi yang dirasakan oleh komunitas Woongdeongies.

Hubungan antara media fanbase dan pemenuhan informasi tergolong kuat dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,706. Selain itu, hasil koefisien determinasi (R^2) sebesar 49,9% menunjukkan bahwa media fanbase @KIMJIWOONG_INA mampu menjelaskan hampir setengah dari variasi pemenuhan informasi penggemar, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Hasil uji hipotesis juga menunjukkan nilai t hitung sebesar 9,880 yang lebih besar daripada t tabel sebesar 1,984 (sig. < 0,05), sehingga hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh media fanbase terhadap pemenuhan informasi diterima.

Temuan ini didukung oleh hasil wawancara dengan admin fanbase @KIMJIWOONG_INA dan @ZEROBASEONE_INA, yang menunjukkan bahwa fanbase berperan dalam mengumpulkan, menyaring, dan menyebarkan informasi dari sumber resmi kepada penggemar. Hasil penelitian ini sejalan dengan Teori Uses and Gratifications, yang menjelaskan bahwa khalayak secara aktif memilih media yang mampu memenuhi kebutuhan informasinya. Dengan demikian, media fanbase @KIMJIWOONG_INA tidak hanya berfungsi sebagai media penyebaran informasi, tetapi juga sebagai sarana komunikasi yang efektif dalam memenuhi kebutuhan informasi komunitas Woongdeongies di platform X.

DAFTAR PUSTAKA

Ahdiat, A. (2022, July 24). *K-Pop vs K-Drama, mana yang penggemarnya lebih banyak?* Databoks. https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/9b8578bbe639510/k-pop-vs-k-drama-mana-yang-penggemarnya-lebih-banyak

Lestari, V., Lubis, R. A., & Tbn, R. H. (2026). Analisis uji regresi linear sederhana dalam penelitian pendidikan. *Edu: Jurnal Pendidikan, 1*(3), 785–797.

Machali, Imam. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif: Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif. Yogyakarta. Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga.

Masduki, D., Roisana, A. S., & Ristiyono, M. P. (2025). *Media sosial dalam ilmu komunikasi*. Lingkar Edukasi Indonesia.

Pusat Jurnal Ilmiah Universitas Medan Area. (2021, November 5). *Pengertian, sejarah dan manfaat Twitter untuk kaum muda milenial*. https://pji.uma.ac.id/index.php/2021/11/05/pengertian-sejarah-dan-manfaat-twitter-untuk-kaum-muda-milenial/

Sarwono, J. (2017). *Mengenal prosedur-prosedur populer dalam SPSS 23*. PT Elex Media Komputindo.

Sehangunaung, G. A., Mandey, S. L., & Roring, F. (2023). Pengaruh harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pengguna aplikasi Lazada di Kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 11*(3), 1–11.

Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

We Are Social. (2025, November 11). *Digital 2026: Top digital and social media trends in Indonesia*. https://wearesocial.com/id/blog/2025/11/digital-2026-top-digital-and-social-media-trends-in-indonesia/

Widodo, S., Ladyani, F., Asrianto, L. O., Rusdi, Khairunnisa, Lestari, S. M. P., Wijayanti, D. R., Devrianya, A., Hidayat, A., Dalfian, Nurcahyati, S., Sjahriani, T., Armi, Widya, N., & Rogayah. (2023). *Buku ajar metode penelitian*. Pangkalpinang, Indonesia: CV. Science Techno Direct.