

EFEKTIVITAS APLIKASI DIGITAL WEVERSE SEBAGAI MEDIA PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI PARA PENGGEMAR K-POP DI INDONESIA

Kolifathul Zanah¹, Arin Prajawinanti²

Mahasiswa Prodi Ilmu Perpustakaan dan Informasi Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah
Tulungagung

Kholifathuljannah1017@gmail.com

ABSTRAK

Di era yang serba digital saat ini informasi telah menjadi kebutuhan utama dalam kegiatan sehari-hari. Weverse adalah salah satu aplikasi media social yang banyak digunakan dalam pemenuhan kebutuhan informasi dan komunikasi antara Idol K-Pop dengan penggemarnya. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui efektivitas aplikasi digital Weverse sebagai media pemenuhan kebutuhan informasi para penggemar K-Pop di Indonesia. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah efektivitas komunikasi dari Andre Hardjana, teori pemenuhan kebutuhan informasi dari Katz, Gurevitch, Hans dan teori new media dari Pierre Levy. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan observasi, dokumentasi dan penyebaran kuisioner dalam bentuk google form kepada penggemar K-Pop yang aktif menggunakan Weverse dengan 100 sampel yang telah ditentukan melalui teknik *Simple Random Sampling* atau sampel dipilih secara acak. Data yang telah diperoleh kemudian dianalisis dengan melakukan uji validitas, uji reabilitas, uji normalitas, uji linieritas, uji korelasi, uji F, uji T, dan koefisien determinasi. Dari penelitian ini diperoleh nilai signifikansi sebesar 0.000 dengan persamaan regresi linier $Y = 4.798 + 1.139X$. Dengan hasil perhitungan R Square 0.818 yang menunjukkan adanya pengaruh antara variabel X dan variabel Y sebesar 81.8% dan sisanya 18.2% dipengaruhi oleh faktor lain. Dan uji T yang menunjukkan adanya pengaruh signifikan, yang artinya penggunaan aplikasi digital Weverse efektif secara signifikan dalam pemenuhan kebutuhan informasi para penggemar K-Pop di Indonesia.

Kata kunci: Aplikasi Weverse, Kebutuhan Informasi, Penggemar

ABSTRACT

In today's digital era, information has become a primary need in daily activities. Weverse is a social media application that is widely used to fulfill the information and communication needs between K-Pop idols and their fans. This research was conducted to determine the effectiveness of the Weverse digital application as a medium for fulfilling the information needs of K-Pop fans in Indonesia. The theories used in this research are communication effectiveness from Andre Hardjana, the theory of meeting information needs from Katz, Gurevitch, Hans and new media theory from Pierre Levy. This research uses descriptive quantitative methods with observation, documentation and distributing questionnaires in the form of Google forms to K-Pop fans who actively use Weverse with 100 samples that have been determined using the Simple Random Sampling technique or samples chosen randomly. The data that has been obtained is then analyzed by carrying out validity tests, reliability tests, normality tests, linearity tests, correlation tests, F tests, T tests, and coefficient of determination. From this research, a significance value of 0.000 was obtained with the linear regression equation $Y = 4.798 + 1.139X$. With the calculation results of R Square 0.818 which

shows that there is an influence between variable X and variable Y of 81.8% and the remaining 18.2% is influenced by other factors. And the T test shows that there is a significant influence, which means that the use of the Weverse digital application is significantly effective in fulfilling the information needs of K-Pop fans in Indonesia

Keywords: Weverse Application, Information Needs, Fans

PENDAHULUAN

Di era yang serba digital saat ini informasi telah menjadi kebutuhan utama dalam kegiatan sehari-hari. Kemajuan teknologi informasi telah memberikan dampak yang sangat signifikan bagi penggunaannya di berbagai bidang, termasuk dalam bidang seni (musik). Informasi merupakan sebuah data yang diorganisir dan dianalisis untuk memberikan makna, pemahaman dan nilai yang di dalamnya mengandung fakta, konsep, statistic dan opini dengan susunan yang baik sedemikian rupa sehingga memiliki arti dan relevansi bagi penerimanya. Informasi dapat diperoleh melalui berbagai media dan saluran informasi dalam bentuk tulisan, lisan, grafis, visual, atau elektronik. Di era modern yang serba digital, kebutuhan masyarakat akan informasi terus mengalami peningkatan yang signifikan di berbagai bidang, sehingga internet menjadi sumber utama informasi yang bisa diakses secara luas, cepat dan dapat dicari dimanapun dan kapan pun melalui berbagai platform digital. Media sosial merupakan salah satu sarana platform digital yang sangat fleksibel untuk memungkinkan penggunaannya saling berinteraksi dan membagikan konten satu sama lain agar dapat terhubung. Media sosial merupakan sebuah alat baru untuk komunikasi dan kolaborasi yang memungkinkan terjadinya berbagai macam interaksi yang sebelumnya tidak digunakan oleh orang awam (**Chris Brogan, 2010**).

Adanya media sosial membuat sarana hiburan masyarakat bermacam-macam, salah satunya adalah munculnya K-Pop atau Korean wave yang merupakan bentuk dari pengembangan budaya Korea melalui dunia hiburan. Menurut **Srinarti (2007)** budaya populer adalah budaya yang diproduksi secara massal dengan menggunakan teknologi industri, dijual dan dipasarkan secara profesional kepada masyarakat dan dimaksudkan untuk menghasilkan profit. Seperti salah satu perusahaan hiburan Korea Selatan Hybe Corporation yang membuat sebuah aplikasi digital. Aplikasi ini diberi nama Weverse (위버스) yang dirilis pada tanggal 1 Juli 2019. Weverse adalah aplikasi digital yang dirancang khusus untuk penggemar K-Pop, dimana saat ini K-Pop telah menjadi fenomena yang signifikan dalam industri hiburan global. Dalam beberapa tahun terakhir, gelombang K-Pop telah mencapai puncak popularitasnya di Indonesia dan menarik ribuan penggemar setia.

Aplikasi digital Weverse merupakan aplikasi online yang menjadi platform resmi bagi artis internasional (khususnya idol K-Pop) untuk berkomunikasi dengan penggemarnya diseluruh dunia. Aplikasi Weverse sendiri termasuk jenis media sosial yang memiliki fitur berbagi gambar, aktivitas serta dapat melakukan siaran langsung (live) bagi artisnya untuk menyapa dan mengobrol dengan penggemar (**khairifah, 2021**). Integrasi holistik pada platform Weverse menggabungkan beberapa fitur dalam satu platform, mulai dari berita, komunitas penggemar, toko merchandise resmi dan konten eksklusif (**Jung 2011**). Dan yang terbaru aplikasi weverse ini sudah menjadi satu dengan weverse shop, yang sebelumnya aplikasi Weverse untuk berkomunikasi dengan idol dengan Weverse Shop itu berbeda.

Aplikasi Weverse sama seperti media massa yang memiliki efek terarah yaitu *to inform, to educate, to entertain*, dan *to influence* (**Effendi, 1986**). Efek terarah ini sangat cocok dengan tujuan dibuatnya Aplikasi Weverse yang memberikan informasi kepada

pengguna *Aplikasi Weverse (To inform)*, menyampaikan sebuah informasi yang bersifat edukasi (*To educations*), menyampaikan informasi berupa hiburan untuk menghibur penggemar (*To entertains*), mempengaruhi pemikiran para pengguna yang bersifat positif (*To influence*). Adanya *Aplikasi Weverse* bertujuan agar menjadi media baru sebagai tempat untuk para penggemar dalam mencari informasi serta mempermudah penggemar untuk berinteraksi dengan idolnya. Strategi *Hybe Coperation* ini lah yang menarik para penggemar agar menggunakan *Aplikasi Weverse* terutama penggemar *K-Pop* salah satunya penggemar di Indonesia. Menurut Google Play Store di tahun 2023 total penggemar yang mendownload *Aplikasi Weverse* yakni sebanyak 10 juta lebih dengan 769 ribu ulasan.

Penelitian ini mengguakan toeri efektivitas komunikasi, teori pemenuhan kebutuhan informasi dan teori new media sebagai teori pendukung . Teori efektivitas komunikasi menurut **Andre Hardjana (2000)** yaitu suatu ukuran untuk menentukan tujuan yang ingin dicapai dengan memiliki 6 poin indikator diantaranya yaitu: Penerima atau pengguna pesan (receiver or user), isi pesan (content), media komunikasi (media), format pesan (format), sumber pesan (source), ketepatan waktu (timing). Untuk teori pemenuhan kebutuhaninformasi menurut **Katz, Gurevitch, dan Hans dalam Yusup (1995)** memiliki lima poin indikator diantaranya yaitu: kebutuhan kognitif, kebutuhan afektif, kebutuhan integrasi personal, kebutuhan integrasi sosial, dan kebutuhan khayalan.

Pada penelitian ini dengan judul " Efektivitas Aplikasi Digital Weverse Sebagai Media Pemenuhan Kebutuhan Informasi Para Penggemar K-Pop Di Indonesia" bertujuan untuk mengetahui seberapa efektif *Aplikasi Weverse* untuk memenuhi kebutuhan informasi para penggemar dan kendala apa saja yang ada dalam penggunaan aplikasi digital weverse yang sering terjadi.

METODE PENELITIAN

Penelitian skripsi ini dilakukan menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pengumpulan data dan analisis data dalam bentuk statistik. Menurut **(Sugiyono 2017)** penelitian kuantitatif adalah penelitian yang dilandasi pada filsafat positivme untuk digunakan dalam meneliti populasi atau sampel, dengan pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data yang bersifat kuantitatif atau statistik bertujuan untuk menguji hipotesis yang sudah ditetapkan. Metode penelitian kuantitatif ini dikenal dengan metode tradisional atau *discovery*. Metode tradisional yang dimaksud adalah metode yang sudah lama digunakan dalam melakukan peneitian sedangkan *discovery* merupakan metode yang dapat ditemukan dan dikembangkan dengan teknologi yang sesuai dengan perkembangan zaman.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif karena dilihat dari segi perspektif penelitian kuantitatif yang menggunakan pendekatan-pendekatan etik. Dengan menggunakan responden yang diteliti dari populasi dan sampel. Populasi merupakan jumlah dari seluruh satuan individu yang karakternya akan diteliti. Satuan ini dinamakan unit analisis dengan orang yang berbeda, tempat yang berbeda atau bahkan institusi **(Djarwanto 1994:420)**. Sehingga populasi yang ditentukan dalam penelitian ini adalah penggemar K-Pop di Indonesia yang menggunakan aplikasi Weverse sebagai media pemenuhan kebutuhan informasi.

Sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan metode *simple random sampling*. Disebut simple karena sampel diambil secara acak dari populasi tanpa mempertimbangkan starta. Jumlah sampel pada penelitian ini di tentukan dengan rumus Lemeshow. Rumus ini digunakan karena jumlah populasi pada penelitian yang tidak

diketahui atau tidak terhitung, dengan jumlah sampel 100 orang. Dan teknik pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan observasi untuk mengkaji situasi sosial yang akan dijadikan sebagai objek penelitian, kuisioner dengan cara memberikan pertanyaan kepada responden untuk dijawab dan dokumentasi yang digunakan untuk memperoleh sebuah data yang kuat sebagai pegangan sehingga nantinya dapat dipertanggungjawabkan keabsahannya. Uji validitas, reliabilitas dengan menggunakan Cronbach's Alpha > 0,60 untuk mengetahui valid dan reliabel. Setelah itu dilakukan uji normalitas, uji linearitas, korelasi, dan uji hipotesis dengan melakukan uji F, uji T, koefisien determinasi.

Tabel 1. Data dan Analisis

No	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1.	Saya adalah penggemar K-pop yang aktif menggunakan Weverse	40	50	6	4
2.	Saya menggunakan Weverse karena dapat memperoleh informasi sesuai dengan apa yang diinginkan	49	43	6	2
3.	Saya menggunakan Weverse karena dapat memperoleh informasi tentang Idol yang saya ikuti secara gratis	40	51	6	3
4.	Weverse memberikan informasi atau pesan seputar Idol dengan sangat akurat dan lengkap	50	41	8	1
5.	Weverse memberikan informasi atau pesan seputar Idol sesuai fakta dan tentunya terupdate	52	42	4	2
6.	Weverse memberikan informasi atau pesan dengan isi yang ringkas sehingga mudah untuk dipahami oleh para penggemar	45	46	7	2
7.	Weverse memberikan informasi atau pesan dengan jelas sehingga dapat diterima oleh penggemar	47	48	2	3
8.	Weverse memberikan informasi atau pesan seputar Idol yang sangat bermanfaat bagi para penggemar	41	50	7	2
9.	Weverse sebagai media informasi dan komunikasi untuk menghubungkan Idol dan para penggemarnya	56	38	4	2
10.	Weverse dapat menyebarkan informasi tentang Idol Korea dengan cepat	48	47	3	2
11.	Weverse mudah untuk digunakan dan diakses oleh para penggunanya di mana saja dan kapan saja	48	45	5	2
12.	Weverse memiliki format pesan dengan tampilan sederhana yang dilengkapi foto atau video sehingga sangat menarik untuk para penggemar dalam menggunakan Weverse	45	50	3	2
13.	Weverse memiliki kredibilitas dan terpercaya dalam memberikan informasi seputar Idol Korea	46	48	4	2
14.	Weverse memiliki kejelasan sumber yang dapat dipertanggungjawabkan karena berasal dari Idol atau agensinya langsung	52	42	3	3
15.	Weverse dapat memberikan pesan atau informasi yang dibutuhkan oleh penggemar k-pop dengan ketepatan waktu update sesuai dengan kondisi dan situasi Idol atau agensinya	44	49	4	3

16.	Weverse memberikan informasi atau pesan yang dapat diakses oleh penggemar dengan waktu yang cepat dan aktual	48	44	6	2
17.	Saya menggunakan Weverse untuk mengetahui informasi tentang Idol yang diikuti	51	43	4	2
18.	Saya menggunakan Weverse untuk mengetahui informasi terbaru tentang pencapaian yang diraih Idol yang saya ikuti	40	51	7	2
19.	Saya menggunakan Weverse untuk mengetahui informasi tentang jadwal comeback atau jadwal perform	45	48	5	2
20.	Saya menggunakan wivers untuk mengetahui informasi tentang keluarnya album atau mungkin terbaru dari idol	40	53	5	2
21.	Saya menyukai berbagai informasi atau konten mengenai ide yang diposting di Weverse	44	50	4	2
22.	Saya senang jika idol yang saya ikuti memposting foto atau video di Weverse	57	36	5	2
23.	Saya mendownload foto atau video di youtube untuk di share pada sosial media lain yang saya miliki seperti: Instagram, Twitter, Tik tok dsb	38	49	10	3
24.	Saya bisa memberikan like dan komentar pada postingan idol yang saya ikuti	46	45	7	2
25.	Saya merasa kepercayaan diri meningkat dengan adanya kata-kata motivasi dari postingan idol yang saya ikuti	52	42	4	2
26.	Saya menggunakan Weverse untuk menunjukkan kesan bahwa saya mengikuti perkembangan informasi terbaru tentang idol yang saya ikuti	46	47	4	3
27.	Saya menggunakan Weverse untuk menambah pengetahuan dan wawasan tentang budaya Korea yang dibawa oleh idol yang saya ikuti	37	53	8	2
28.	Saya memperoleh wawasan dan hal baru mengenai makna lagu dan musik melalui postingan idol di Weverse	37	51	10	2
29.	Saya menggunakan Weverse untuk memperluas jaringan pertemanan nasional ataupun internasional sesama penggemar	39	53	7	2
30.	Saya menggunakan weverse agar dapat berinteraksi dengan idol yang saya ikuti	43	48	7	2
31.	Saling berkomentar dengan sesama penggemar mengenai postingan terbaru idol di Weverse	39	47	10	4
32.	Saya membagikan informasi tentang idol yang saya ikuti kepada teman saya	42	49	6	3
33.	Saya menggunakan Weverse agar memperoleh hiburan dari konten-konten para idol	48	44	5	3
34.	Saya menggunakan wiper agar dapat menghilangkan rasa bosan	48	40	9	3
35.	Saya menggunakan Weverse agar dapat melepaskan kejenuhan dan permasalahan hidup dengan melihat konten-konten idol di Weverse	48	43	7	2

36.	Saya membeli album ataupun merchandise lainnya untuk memperoleh kesenangan pribadi	29	50	15	6
-----	--	----	----	----	---

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari **tabel 1** data analisis dapat disimpulkan bahwa kehadiran aplikasi digital weverse sebagai media pemenuhan kebutuhan informasi para penggemar K-Pop di Indonesia sangat efektif secara signifikan dalam memenuhi kebutuhan informasi para penggunanya.

Efektivitas aplikasi digital weverse

1. Pengguna aktif aplikasi digital Weverse rata-rata adalah penggemar K-pop, dengan kategori setuju dari 100 responden yang menyatakan setuju sebanyak 50 responden dengan presentase 50% dengan nilai rata-rata sebesar 3,26%.
2. Penggemar menggunakan Weverse karena dapat memperoleh informasi sesuai dengan apa yang diinginkan, dengan kategori sangat setuju dari 100 responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 49 responden dengan presentase 49% dengan nilai rata-rata sebesar 3,39%.
3. Penggemar menggunakan Weverse karena dapat memperoleh informasi tentang Idol yang saya ikuti secara gratis, dengan kategori setuju dari 100 responden yang menyatakan setuju sebanyak 51 responden dengan presentase 51% dengan nilai rata-rata sebesar 3,28%.
4. Weverse memberikan informasi atau pesan seputar Idol dengan sangat akurat dan lengkap, dengan kategori sangat setuju dari 100 responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 50 responden dengan presentase 50% dengan nilai rata-rata sebesar 3,4%.
5. Weverse memberikan informasi atau pesan seputar Idol sesuai fakta dan tentunya terupdate, dengan kategori sangat setuju dari 100 responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 52 responden dengan presentase 52% dengan nilai rata-rata sebesar 3,44%.
6. Weverse memberikan informasi atau pesan dengan isi yang ringkas sehingga mudah untuk dipahami oleh para penggemar, dengan kategori setuju dari 100 responden yang menyatakan setuju sebanyak 45 responden dengan presentase 45% dengan nilai rata-rata sebesar 3,34%.
7. Weverse memberikan informasi atau pesan dengan jelas sehingga dapat diterima oleh penggemar, dengan kategori setuju dari 100 responden yang menyatakan setuju sebanyak 48 responden dengan presentase 48% dengan nilai rata-rata sebesar 3,39%.
8. Weverse memberikan informasi atau pesan seputar Idol yang sangat bermanfaat bagi para penggemar, dengan kategori setuju dari 100 responden yang menyatakan setuju sebanyak 50 responden dengan presentase 50% dengan nilai rata-rata sebesar 3,3%.
9. Weverse sebagai media informasi dan komunikasi untuk menghubungkan Idol dan para penggemarnya, dengan kategori sangat setuju dari 100 responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 56 responden dengan presentase 56% dengan nilai rata-rata sebesar 3,48%.

10. Weverse dapat menyebarkan informasi tentang Idol Korea dengan cepat, dengan kategori sangat setuju dari 100 responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 48 responden dengan presentase 48% dengan nilai rata-rata sebesar 3,41%.
11. Weverse mudah untuk digunakan dan diakses oleh para penggunanya di mana saja dan kapan saja, dengan kategori sangat setuju dari 100 responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 48 responden dengan presentase 48% dengan nilai rata-rata sebesar 3,39%.
12. Weverse memiliki format pesan dengan tampilan sederhana yang dilengkapi foto atau video sehingga sangat menarik untuk para penggemar dalam menggunakan Weverse, dengan kategori setuju dari 100 responden yang menyatakan setuju sebanyak 50 responden dengan presentase 50% dengan nilai rata-rata sebesar 3,38%.
13. Weverse memiliki kredibilitas dan terpercaya dalam memberikan informasi seputar Idol Korea, dengan kategori setuju dari 100 responden yang menyatakan setuju sebanyak 48 responden dengan presentase 48% dengan nilai rata-rata sebesar 3,38%.
14. Weverse memiliki kejelasan sumber yang dapat dipertanggung jawabkan karena berasal dari Idol atau agensinya langsung, dengan kategori sangat setuju dari 100 responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 52 responden dengan presentase 52% dengan nilai rata-rata sebesar 3,43%.
15. Weverse dapat memberikan pesan atau informasi yang dibutuhkan oleh penggemar k-pop dengan ketepatan waktu update sesuai dengan kondisi dan situasi Idol atau agensinya, dengan kategori setuju dari 100 responden yang menyatakan setuju sebanyak 49 responden dengan presentase 49% dengan nilai rata-rata sebesar 3,34%.
16. Weverse memberikan informasi atau pesan yang dapat diakses oleh penggemar dengan waktu yang cepat dan aktual, dengan kategori sangat setuju dari 100 responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 48 responden dengan presentase 48% dengan nilai rata-rata sebesar 3,38%.

Pemenuhan kebutuhan informasi

17. Penggemar menggunakan Weverse untuk mengetahui informasi tentang Idol yang diikuti, dengan kategori sangat setuju dari 100 responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 51 responden dengan presentase 51% dengan nilai rata-rata sebesar 3,43%.
18. Penggemar menggunakan Weverse untuk mengetahui informasi terbaru tentang pencapaian yang diraih Idol yang saya ikuti, dengan kategori setuju dari 100 responden yang menyatakan setuju sebanyak 51 responden dengan presentase 51% dengan nilai rata-rata sebesar 3,29%.
19. Penggemar menggunakan Weverse untuk mengetahui informasi tentang jadwal comeback atau jadwal perform, dengan kategori setuju dari 100 responden yang menyatakan setuju sebanyak 48 responden dengan presentase 48% dengan nilai rata-rata sebesar 3,36%.
20. Peggemar menggunakan Weverse untuk mengetahui informasi tentang keluarnya album atau mungkin terbaru dari idol, dengan kategori setuju dari 100 responden yang menyatakan setuju sebanyak 53 responden dengan presentase 53% dengan nilai rata-rata sebesar 3,31%.

21. Penggemar menyukai berbagai informasi atau konten mengenai ide yang diposting di Weverse, dengan kategori setuju dari 100 responden yang menyatakan setuju sebanyak 50 responden dengan presentase 50% dengan nilai rata-rata sebesar 3,36%.
22. Penggemar senang jika idol yang saya ikuti memposting foto atau video di Weverse, dengan kategori sangat setuju dari 100 responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 57 responden dengan presentase 57% dengan nilai rata-rata sebesar 3,48%.
23. Penggemar mendownload foto atau video di youtube untuk di share pada sosial media lain yang saya miliki seperti: Instagram, Twitter, Tik tok dsb, dengan kategori setuju dari 100 responden yang menyatakan setuju sebanyak 49 responden dengan presentase 49% dengan nilai rata-rata sebesar 3,22%.
24. Penggemar bisa memberikan like dan komentar pada postingan idol yang saya ikuti, dengan kategori sangat setuju dari 100 responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 46 responden dengan presentase 46% dengan nilai rata-rata sebesar 3,35%.
25. Penggemar merasa kepercayaan diri meningkat dengan adanya kata-kata motivasi dari postingan idol yang saya ikuti, dengan kategori sangat setuju dari 100 responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 52 responden dengan presentase 52% dengan nilai rata-rata sebesar 3,44%.
26. Penggemar menggunakan Weverse untuk menunjukkan kesan bahwa saya mengikuti perkembangan informasi terbaru tentang idol yang saya ikuti, dengan kategori setuju dari 100 responden yang menyatakan setuju sebanyak 46 responden dengan presentase 46% dengan nilai rata-rata sebesar 3,36%.
27. Penggemar menggunakan Weverse untuk menambah pengetahuan dan wawasan tentang budaya Korea yang dibawa oleh idol yang di ikuti, dengan kategori setuju dari 100 responden yang menyatakan setuju sebanyak 53 responden dengan presentase 53% dengan nilai rata-rata sebesar 3,25%.
28. Penggemar memperoleh wawasan dan hal baru mengenai makna lagu dan musik melalui postingan idol di Weverse, dengan kategori setuju dari 100 responden yang menyatakan setuju sebanyak 51 responden dengan presentase 51% dengan nilai rata-rata sebesar 3,23%.
29. Penggemar menggunakan Weverse untuk memperluas jaringan pertemanan nasional ataupun internasional sesama penggemar, dengan kategori setuju dari 100 responden yang menyatakan setuju sebanyak 53 responden dengan presentase 53% dengan nilai rata-rata sebesar 3,28%.
30. Penggemar menggunakan weverse agar dapat berinteraksi dengan idol yang saya ikuti, dengan kategori setuju dari 100 responden yang menyatakan setuju sebanyak 48 responden dengan presentase 48% dengan nilai rata-rata sebesar 3,32%.
31. Penggemar saling berkomentar dengan sesama penggemar mengenai postingan terbaru idol di Weverse, dengan kategori setuju dari 100 responden yang menyatakan setuju sebanyak 47 responden dengan presentase 47% dengan nilai rata-rata sebesar 3,21%.
32. Penggemar membagikan informasi tentang idol yang di ikuti kepada temannya, dengan kategori setuju dari 100 responden yang menyatakan setuju sebanyak 49 responden dengan presentase 49% dengan nilai rata-rata sebesar 3,3%.
33. Penggemar menggunakan Weverse agar memperoleh hiburan dari konten-konten para idol, dengan kategori sangat setuju dari 100 responden yang menyatakan

sangat setuju sebanyak 48 responden dengan presentase 48% dengan nilai rata-rata sebesar 3,37%.

34. Penggemar menggunakan weverse agar dapat menghilangkan rasa bosan, dengan kategori sangat setuju dari 100 responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 48 responden dengan presentase 48% dengan nilai rata-rata sebesar 3,33%.
35. Penggemar menggunakan Weverse agar dapat melepaskan kejenuhan dan permasalahan hidup dengan melihat konten-konten idol di Weverse, dengan kategori sangat setuju dari 100 responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 48 responden dengan presentase 48% dengan nilai rata-rata sebesar 3,37%.
36. Penggemar membeli album ataupun merchandise lainnya untuk memperoleh kesenangan pribadi, dengan kategori setuju dari 100 responden yang menyatakan setuju sebanyak 50 responden dengan presentase 50% dengan nilai rata-rata sebesar 3,02%.

Analisis data yang pertama pada penelitian ini dilakukan dengan melakukan observasi melihat informasi-informasi yang ditampilkan pada aplikasi digital weverse mengenai idol K-Pop yang bergabung didalamnya. Dapat kita ketahui bahwa rata-rata informasi yang ada pada weverse selalu terupdate dan sesuai fakta karena berasal dari sumber yang dapat dipercaya dan memiliki kredibilitas yang tinggi.

Analisis yang kedua adalah melakukan uji prasyarat dengan menggunakan uji normalitas data, uji korelasi, dan uji linearitas untuk mengetahui pola dan kuatnya hubungan efektivitas aplikasi digital weverse sebagai media pemenuhan kebutuhan informasi.

Pengujian pertama uji normalitas data dengan One Kolmogorov-Smirnov, hal ini dilakukan untuk mengetahui apakah didalam sebaran data pada variabel yang diteliti berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Dan hasil pengujian dengan menggunakan spss 26, di peroleh hasil Asymp. Sig. (2-tailed) 0.134 yang artinya data terdistribusi normal.

Pengujian kedua uji korelasi yang digunakan untuk mencari hubungan antara variabel dengan tujuan untuk mengetahui pola dan kuatnya hubungan variabel X terhadap variabel Y. diketahui hasil korelasi pada penelitian ini dengan nilai pearson correlations yang diperoleh untuk variabel X dan untuk variabel Y sebesar 0.905 dan jika mengacu pada rentang korelasi maka berada pada rentang nilai 0,75-0,9. maka pada variabel X "aplikasi digital weverse" dan variabel Y "pemenuhan kebutuhan informasi" memiliki hubungan atau berkorelasi dengan tingkat hubungan korelasi sangat kuat.

Pengujian ketiga uji linieritas yang digunakan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya hubungan linier antara dua variabel dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05. Dan dari hasil pengujian menunjukan bahwa nilai dari uji linearitas signifikansi deviation from linearity sebesar 0.854 yang artinya nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 sehingga terdapat hubungan linier antara variabel (X) efektivitas aplikasi digital Weverse dengan variabel (Y) pemenuhan kebutuhan informasi.

Dari uji linearitas diperoleh hasil dari uji F sebesar 441.838 dengan nilai signifikansi 0.000. Sehingga nilai signifikansi < 0.05 yang artinya aplikasi digital Weverse berpengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi para penggemar K-Pop di Indonesia. Pengujian kedua dari uji linieritas adalah uji T yang digunakan untuk menunjukan seberapa jauh pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) dengan hasil dari output

coefficients pada penelitian ini diperoleh persamaan regresi $Y = 4.798 + 1.139X$. Dan untuk pengujian yang ke tiga dari uji linieritas adalah uji koefisien determinasi dengan hasil nilai R^2 sebesar 0,818 yang artinya terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y sebesar 81.8% dan untuk sisanya sebesar 18.2% yang dipengaruhi oleh faktor lain.

Pada penyusunan penelitian ini tidak lepas dari penggunaan dua teori utama yaitu efektivitas komunikasi dan teori pemenuhan kebutuhan informasi. Teori efektivitas komunikasi menjelaskan seberapa efektif fungsional kinerja dari sebuah sistem yang ditentukan dengan keakuratan. Dari teori ini banyak penggemar yang menggunakan aplikasi Weverse agar dapat terhubung dengan idol K-Pop yang diidolakan untuk memperoleh informasi seputar idolnya dengan sangat akurat, sesuai fakta, terupdate dan sumber informasi yang dapat dipertanggung jawabkan, sehingga banyak para penggemar K-Pop yang menggunakan Weverse sebagai media pemenuhan kebutuhan informasi.

Teori pemenuhan kebutuhan informasi, dapat diketahui bahwa banyak penggemar K-Pop yang mencari informasi untuk memenuhi kebutuhan informasinya. Kebutuhan ini adalah kebutuhan yang dicari oleh penggemar K-Pop mulai dari kebutuhan kognitif yaitu yang berhubungan dengan pengetahuan seseorang untuk mengetahui sesuatu yg belum diketahui. Kebutuhan afektif yaitu kebutuhan yang berhubungan dengan perasaan seseorang terhadap informasi yang dicari, seperti kebutuhan penggemar K-Pop yang memanfaatkan Weverse karena adanya keinginan mendapatkan kesenangan dan melepaskan perasaan emosional penggemar dalam menggunakan aplikasi Weverse. Kebutuhan integrasi personal yaitu kebutuhan para penggemar yang berkaitan dengan penggunaan aplikasi Weverse yang dapat meningkatkan kepercayaan diri dan memperluas wawasan penggunanya. Kebutuhan integrasi sosial yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan kebutuhan penggemar menggunakan Weverse untuk berinteraksi dengan idolanya atau sesama penggemar dari negara lain. Kebutuhan integrasi sosial yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan kebutuhan penggemar dalam menggunakan Weverse untuk berinteraksi dengan idolanya atau sesama penggemar dari negara lain. Kebutuhan khayalan, yaitu kebutuhan para penggemar dalam menggunakan Weverse sebagai tempat untuk mencari hiburan dengan konten-konten yang tersedia di Weverse seperti video atau foto terbaru keseharian artis, membeli produk artis dan sebagainya.

Adapun kendala dalam penggunaan aplikasi digital Weverse yang ditemukan oleh peneliti saat melakukan observasi kepada para penggemar K-Pop yang menggunakan Weverse yaitu banyaknya fitur dalam aplikasi Weverse yang membuat para pengguna baru aplikasi ini bingung dalam menggunakannya. Terjadinya error translate, dimana biasanya bahasa yang digunakan artis dalam memposting kabar terbarunya adalah dengan bahasa Korea yang kemudian diterjemahkan oleh para penggemar kedalam bahasa negaranya (bahasa Indonesia) dengan fitur terjemahan di Weverse, yang ternyata tidak sesuai dengan arti sebenarnya, oleh sebab itu para penggemar harus berhati-hati dalam menerima informasi dengan tidak menyimpulkan secara spontan informasi yang ada agar tidak terjadi kesalah pahaman. Dan yang terakhir para penggemar sering mengeluh ketika Weverse terjadi error karena banyak penggemar yang menggunakannya.

KESIMPULAN

Berdasarkan pada hasil perhitungan hipotesis yang menunjukkan nilai signifikansi aplikasi digital weverse $0,000 < 0,05$ artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima dengan menggunakan uji t yang memperoleh nilai $t_{hitung} 21.020 > t_{tabel} 1.985$. Sehingga hal ini

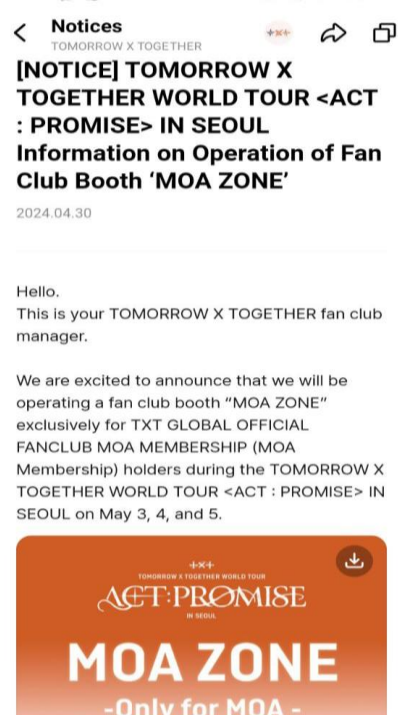
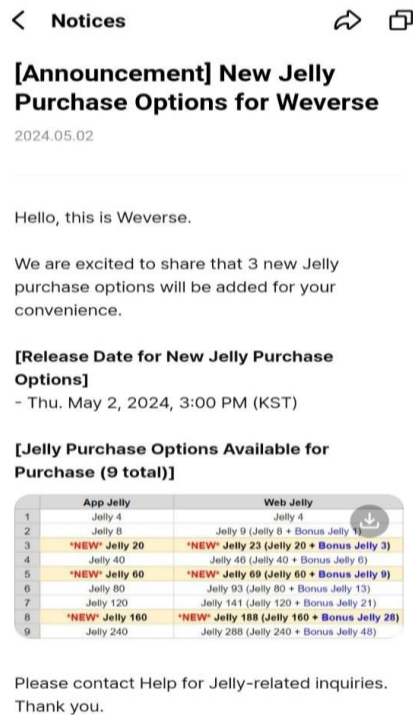
dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak sementara untuk H1 diterima dan adanya nilai koefisiensi regresi yang signifikan menunjukkan adanya pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen sehingga adanya keterikatan terhadap teori yang digunakan pada penelitian ini. Dan kehadiran media digital dilingkungan para penggemar K-Pop sangat berpengaruh terhadap perilaku pencarian informasi dengan jangka waktu yang panjang dan dilakukan berulang-ulang, hal ini sesuai dengan pengujian koefisien determinasi dengan hasil nilai R Square 0,818 yang artinya koefisien determinasinya adalah 81,8%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh hubungan antara variabel independen dan variabel dependen sebesar 81,8% dan sisanya 18,2% dipengaruhi oleh faktor lain. Artinya penggunaan aplikasi digital Weverse efektif secara signifikan dalam pemenuhan kebutuhan informasi para penggemar K-Pop di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Brogan, Chris. (2010). *Social Media 101: Tactics and Tips to Develop Your Business Online*. John Wiley & Sons.
- Djarwanto. (1994). *Pokok-pokok Metode Riset dan Bimbingan Teknis penulisan Skripsi*. Liberty
- Effendy, Onong Uchjana. (1986) *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Hardjana Andre. (2000). *Audit Komunikasi: Teori Dan Praktek*. Jakarta: Grasindo
- Jung, S. (2011). K-pop, Indonesian fandom, and social media| Jung| Transformative Works and Cultures. *Transformative Works & Cultures*.
- Khairifah, V. (2021). *Mengenal Apa itu Aplikasi Weverse dan Cara Menggunakannya*. <https://www.cekaja.com/info/aplikasi-weverse>
- Strinati, D. (2007). *Popular Culture: Pengantar Menuju Teori Budaya*. Yogyakarta: Bentang
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 102
- Yusup, Pawit M. (1995). *Pedoman Praktis Mencari Informasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya



Gambar 1. aplikasi digital weverse



Gambar 2. Informasi-informasi yang ada di weverse