



Pengaruh Penggunaan Aplikasi Lysn Terhadap Kepuasan Anggota Whatsapp NCTWAYV 90'S

Zeida Fatiyya Naswa

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

E-mail: zeidanaswa99@gmail.com

Abstract

This study has the title the effect of using the Lysn application on the satisfaction of WhatsApp NCTWAYV 90's members. This study aims to find out how much influence the use of the Lysn application has on the satisfaction of members of the NCTWAYV 90's Whatsapp group. The theory used by researchers is the use and gratification theory of Elihu Katz. This research uses quantitative methods. The population in this study were 67 members of the NCTWAYV 90's WhatsApp group who had or were currently using the Lysn application. Determination of the sample using the slovin formula from the entire population and obtained is 40 respondents. The sampling technique uses a purposive sampling technique. The data collection technique used was library research and distributing questionnaires or questionnaires. In analyzing the data the researcher uses a single table analysis, validity, reliability, correlation. From the results of the study it was obtained at 0.862 indicating that there is a very strong relationship between the effect of use on the satisfaction of the application users.

Keywords : Lysn, The Influence of Application Users, WhatsApp

Abstrak

Penelitian ini memiliki judul pengaruh penggunaan aplikasi lysn terhadap kepuasan anggota WhatsApp NCTWAYV 90's. penelitian ini memiliki tujuan yaitu untuk mengetahui seberapa pengaruh penggunaan aplikasi lysn terhadap kepuasan pada anggota grup Whatsapp NCTWAYV 90's. adapun teori yang digunakan peneliti ialah, teori use and gratification elihu katz. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 67 orang dari anggota grup whatsapp NCTWAYV 90's yang pernah ataupun sedang menggunakan aplikasi lysn. Penentuan sampel menggunakan rumus slovin dari seluruh populasi dan yang diperoleh adalah 40 responden. Teknik penarikan sampel menggunakan teknik purposive sampling. Teknik pengumpulan data yang digunakan penelitian kepustakaan dan sebar kuesioner ataupun angket. Dalam menganalisis data peneliti menggunakan analisis tabel tunggal, validitas, reliabilitas, korelasi. Dari hasil penelitian di peroleh sebesar 0,862 menunjukkan bahwa adanya hubungan yang sangat kuat antara pengaruh penggunaan terhadap kepuasan pengguna aplikasinya.

Kata Kunci : Lysn, Pengaruh Pengguna Aplikasi, WhatsApp

LATAR BELAKANG

Media baru atau biasa disinggung sebagai media baru yang saat ini memiliki kekuatan atau kekuatan yang lebih dibandingkan dengan komunikasi luas lainnya. Kehadiran web juga membantu dalam waktu yang canggih ini. Web juga siap membuat klien merasa tersubordinasi, karena web membahas masalah-masalah lokal. Web memberikan semua yang dibutuhkan orang hanya dengan satu tangan atau bisa dibilang hanya dengan satu sentuhan. Media baru juga mengandung kekuatan dan batasan, merugikan dan manfaat dan ketidakpastian (Stepen dan Karen, 2008:414)

Media online dapat menghubungkan kita dengan orang-orang yang mungkin tidak dapat kita temui secara dekat dan pribadi sesering mungkin, dan media berbasis web juga dapat mengizinkan kita untuk bergaul dengan orang-orang baru untuk memperluas jangkauan pertemanan kita. Dan tetap waspada terhadap waktu yang semakin halus.

Pada saat ini budaya Korean Pop atau KPop adalah budaya music dari Korea Selatan yang telah banyak menarik simpati banyak kalangan dari yang muda sampai yang tua yang ada di seluruh dunia. KPop mempunyai ciri khas music yang dapat membuat kesenangan tersendiri bagi para penggemar ataupun penikmatnya, sehingga jenis music tersebut semakin banyak digemari dan didengar setiap harinya. Semakin banyak yang menggemari kpop dan akhirnya memunculkan kelompok penggemar atau yang biasa disebut fans (Storey, 2006).

Perkembangan budaya Korean Wave, yang menjadi sasaran dalam penyebaran Korean Wave adalah para remaja, baik itu remaja laki-laki maupun remaja perempuan. Menurut Mappiare (Ali & Ansori, 2011: 9) menjelaskan bahwa masa remaja berlangsung antara umur 12-21 tahun. Bagi remaja perempuan antara umur 12-21 tahun sedangkan remaja laki-laki dari umur 13-22 tahun. Dikatakan sebagai remaja karena dalam umur tersebut masih belum memiliki tempat yang jelas dan masih mencari jati diri mereka sendiri untuk menempatkan dirinya ke golongan anak-anak atau orang dewasa. Maka dari itu remaja disebut sebagai fase “mencari jati diri”. Upton (2012: 206) menjelaskan bahwa remaja dengan rentang umur 12-21 tahun memiliki kecintaan secara berlebihan terhadap fenomena yang tengah ramai dibicarakan.

Korean wave yang telah membawa kpop menjadi semakin dikenal setiap harinya dan memiliki banyak penggemar di seluruh dunia, yang biasanya disebut fandom (penggemar), yang biasa disebut kumpulan para penggemar yang mendukung para idol kpop yang dimana dengan adanya fandom beberapa aktivitas penggemar dapat terwujud seperti adanya fans gathering, fans project ataupun kpop festival yang membuat para penggemar bisa bertemu dengan teman barunya yang sesama penggemarnya.

Biasanya kelompok penggemar yang muncul dalam budaya K-Pop disebut dengan KPopers (*Kpop Lovers*) yang biasanya berburu segala informasi tentang idola kpop yang disukainya seperti kelompok penyanyi dan grup musik Korea yang biasanya disebut Boyband dan Girl Band. Keterlibatan kelompok penggemar kpop tersebut pada akhirnya akan mempengaruhi suatu dorongan kebutuhan informasi yang mengacu pada perilaku penemuan informasi terhadap kegemaran tersebut seperti mencari informasi tentang idol kpopnya.

Dahulu disaat kpop sudah mulai terkenal di Indonesia penggemar ataupun kpopers sangat susah untuk mencari informasi tentang idolanya dulu hanya ada youtube ataupun majalah-majalah yang bisa diandalkan oleh kpopers dan semakin lama kpopers pun semakin bertambah dan media juga semakin berkembang dimana dulu para penggemar bisa melihat idolanya dan mengetahui informasinya hanya melalui youtube, web ataupun majalah dan sekarang ada v live. Pembentukan sikap dan perilaku anak-anak sejak dini haruslah diperhatikan dan dikontrol dengan baik. Pada umur mereka yang sebegitu dini, anak-anak yang menonton serial kartun dapat langsung mencontoh apa saja yang mereka lihat dan dengar, kemudian diterapkan secara cepat di lingkungannya.

Seiring berjalan waktu aplikasi interaksi antar idol dan penggemar pun semakin bertambah seperti universe, weverse dan bubble chat dimana ketiga aplikasi ini merupakan aplikasi yang berbeda yang baru di muncul di kalangan penggemar kpop. Dimana universe merupakan aplikasi baru yang diluncurkan pada awal tahun 2021.

Aplikasi Bubble Chat dimana banyak agensi yang menggunakan bubble chat seperti bubble chat for JYPnation, WM, FNC, JELLYFISH, TOPMEDIA, PLAYM dan yang ini bubble chat yang akan saya teliti yaitu LYSN yang digunakan oleh agensi SM Entertainment. Lysn adalah aplikasi yang diluncurkan pada tahun 2019 yang hanya digunakan oleh fans SM Entertainment dari Korea selatan maupun internasional. Dan biasanya jika ingin menggunakan hanya dengan mendownload dan mendaftar menggunakan nomor handphone pribadi. Dan biasanya yang tidak membeli membership terdaftar sebagai anggota basic, sedangkan yang berbayar biasanya menjadi membership dan sudah terdaftar sebagai anggota ACE.

Lewat aplikasi ini biasanya fans bisa membuat postingan layaknya di twitter. Ada timeline yang biasanya berisi postingan dari pengguna lain, staff resmi maupun idol yang bersangkutan. Sayangnya kita tidak bisa menyesuaikan isi tampilan konten timeline seperti ingin melihat postingan dari orang Indonesia saja atau postingan dari Korea saja. Dan juga postingan resmi biasanya menggunakan bahasa Korea tetapi walaupun menggunakan bahasa Korea lysn mempunyai fitur penerjemah yang bisa menerjemahkan ke berbagai Bahasa.

Dan lysn mempunyai fitur bubble chat atau Dear U Bubble, yaitu chat yang dikirim oleh idol secara langsung. Fitur ini menggunakan sistem, di mana saat sang artis mengirimkan pesan, maka nama pengguna akan muncul dalam chat sapaan mereka. Hal ini membuat chat terasa lebih special. Dan kita juga bisa membalas pesan yang dikirim oleh idol kita seperti kita chat dengan teman kita. Dan ketika ingin menggunakan fitur dear u bubble sebelumnya kita harus membeli dulu kita bisa membeli satu tiket, dua

tiket, ataupun tiket satu grup. Dan satu tiket itu berlaku untuk satu artis. Dan didalam lysn kita bisa membuat grup antar fans.

Umumnya yang menggunakan aplikasi Lysn biasanya hanya menunggu idol yang mereka sukai update. Namun memang lebih banyak orang menunggu idolnya update dan ternyata ketika peneliti bertanya kepada anggota grup NCTWAYV 90'z mereka menggunakan aplikasi Lysn bukan hanya untuk menunggu tetapi ada juga yang belajar bahasa Korea melalui aplikasi tersebut seperti belajar membaca bahasa Korea ataupun mengartikannya. Oleh karena itu peneliti mengambil populasi untuk penelitian anggota grup WhatsApp NCTWAYV 90'z guna melihat dari segi yang mana mereka menggunakan aplikasi Lysn.

KAJIAN TEORITIS

1. Korean Pop (KPop)

Menurut Emilie (2012) K-Pop adalah kepanjangan dari *Korean Pop* (MUSik Pop Korea), yang mempunyai berbagai macam jenis music populer yang berasal dari Korea Selatan. Generasi muda yang berbakat (pencipta lagu, produser, composer) telah banyak belajar tentang dunia music global dengan membawa perubahan, dan memasukkan unsur negara mereka dalam kreasinya.

Menurut Yuanita (2012:3-4) KPop adalah jenis music yang berasal dari Korea Selatan, K-Pop sendiri mempunyai ciri khas dalam lagunya seperti lagu yang ceria bertempo cepat dengan menggunakan bahasa Korea dan dicampur dengan bahasa inggris yang diiringi dengan modern dance. Dan biasanya personilnya dalam boy grup ataupun girl group berasal dari Korea walaupun ada beberapa group yang menambahkan personil dari luar Negara Korea.

Korea Wave ini awalnya dimulai dengan orang yang suka menonton drama romantis Asia, termasuk drama Korea. Dari sini, awalnya anak muda banyak mengenal Kpop dan mulai mengaguminya. Dalam perkembangan kpop telah menyebar secara luas di berbagai belahan dunia.

2. Lysn

Lysn adalah salah satu aplikasi chatting antar fans dan idol naungan SM Entertainment. Aplikasi ini diluncurkan pada tahun 2019 dan dirancang agar para fans dan idolnya bisa saling berkomunikasi. Para fans bisa menerima chat ataupun mengirim chat kepada idol tetapi, sebelumnya fans harus membeli tiket terlebih dahulu agar bisa menerima chat ataupun mengirim chat kepada idol menggunakan fitur dear u bubble (bubble chat).

Teori *Uses and Gratifications* pertama kali digunakan oleh Elihu Katz pada tahun 1959, sebagai reaksi yang menolak tuduhan Bernard Berelson bahwa bidang komunikasi tampaknya telah mati (Katz:1974). Katz menunjukkan bahwa kebanyakan penelitian di bidang komunikasi yang pada waktu itu meneliti tentang dampaknya kampanye terhadap penonton.

Menurut Katz, et al (1974:20) konsep dasar pendekatan dan kepuasan yang diteliti ialah:

1. Sumber sosial dan psikologi
2. Keperluan
3. Harapan-harapan
4. Media massa atau sumber lain
5. Pola penggunaan media yang berbeda
6. Pemuasan keperluan
7. Akibat-akibat lain yang mungkin tidak berguna (Humaizi: 2018,3)

3. Use and Gratifications

Teori *Uses and Gratifications* (kebutuhan dan pemenuhan) pada awalnya muncul karena analisis hipotesis *Bullet* yang dibuat oleh Wibur Schramm selama tahun 1930-an. Sudah, hipotesis *Bullet* menyatakan bahwa area media lokal dipandang sebagai kerumunan yang tidak terlibat yang dengan mudah dipengaruhi oleh media. Selanjutnya, muncul hipotesis yang menyatakan bahwa kerumunan media dipandang sebagai kerumunan yang berfungsi karena mereka sering memanfaatkan media untuk kebutuhan data, pelatihan, atau hiburan (Hurmaizi, 2018: 1).

4. Kepuasan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pemenuhan berasal dari kata “fulfilled” yang merupakan modifier yang berarti perasaan gembira (mereda, bahagia, kenyang, dsb karena keinginan telah terpuaskan). Sedangkan “pemenuhan” sebagai suatu hal yang dicirikan sebagai masalah atau sensasi pemenuhan, pengentasan, dll. Pentingnya “pemenuhan” itu sendiri memiliki kata tindakan, khususnya keadaan mental yang menawan yang dirasakan oleh pekerja di tempat kerja karena setiap persyaratan mereka terpenuhi (<https://kbbi.web.id/fulfill>).

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan metode semiotik. Karena penelitian ini bertujuan untuk menggali maksud pesan kekerasan yang dialami oleh objek penelitian, dengan penelitian kualitatif peneliti dapat melihat bagaimana adegan kekerasan yang terdapat pada judul Suneo Kerja Paruh Waktu di Toko Gouda. Metode semiotika berguna untuk mengartikan teks untuk menjelaskan makna-makna yang tidak tampak dalam teks. Sehingga system tanda menjadi penting untuk diketahui karena sebuah teks memiliki banyak makna. Dalam semiotika, yang difokuskan adalah tanda itu sendiri, kode atau system yang mengorganisasikan tanda, kebudayaan tempat kode dan tanda bekerja. Populasi target penelitian ini adalah anggota grup WhatsApp NCTWAYV 90'z yang menggunakan aplikasi Lysn. Adapun jumlah populasi dalam penelitian ini berjumlah 109 orang. Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling*. Analisis ini dilakukan dengan teknik inferensial yang terdiri dari, uji validitas, uji reabilitas dan uji korelasi. Peneliti menggunakan *program computer Statistical Program for Social Science (SPSS)* versi 21,0 untuk mengolah data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Jumlah pengguna aplikasi Lysn pada anggota grup whatsapp 90's. Total jumlah responden adalah 40 orang. Jumlah responden berjenis kelamin laki-laki tidak ada. Di karenakan tidak ada anggota grup yang berjenis kelamin laki-laki, dan jumlah responden perempuan sebanyak 40 orang (100%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pengguna aplikasi lysn dari anggota grup whatsapp nctwayv 90's lebih banyak perempuan.

Uji Korelasi

Korelasi variabel motif pengguna aplikasi lysn (X) dan kepuasan anggota grup whatsapp(Y)
Correlations

		X	Y
X	Pearson Correlation	1	.862**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	40	40
Y	Pearson Correlation	.862**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	40	40

****.** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Data menunjukkan bahwa item – item dalam variabel motif pengguna aplikasi lysn (X) dan variabel kepuasan anggota grup whatsapp NCWAYV 90's (Y) saling berhubungan senilai 0,862 sehingga korelasinya sangat kuat sebab berkisar 0,80-1,0.

KESIMPULAN DAN SARAN

Mengingat informasi akibat penyampaian Google Forms kepada 40 responden dari klien WhatsApp NCTWAYV 90 aplikasi Lysn, yang berisi 18 pernyataan, terdiri dari 9 berkaitan dengan niat dan 9 berkaitan dengan pemenuhan klien dengan aplikasi Lysn. Kemudian, pada saat itu, ilmuwan akan menjelaskan kondisi dan kondisi yang ditunjukkan oleh informasi yang diperoleh, sehubungan dengan niat dan pemenuhan berdasarkan faktor pemeriksaan.

Hasil investigasi melalui uji koneksi menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan sangat besar antara faktor rasional individu whatsapp NCTWAYV 90 yang menggunakan aplikasi lysn dengan variabel pemenuhan. Ini menyiratkan bahwa pemeriksaan ini menunjukkan bantuan yang kuat untuk penggunaan toei dan kecurigaan yang menyenangkan bahwa klien pada dasarnya menggunakan media dalam kaitannya dengan proses berpikir tertentu. Dengan asumsi bahwa niat ini terpenuhi, klien akan merasa terpenuhi.

Sebagai saran, peneliti memberikan ide kepada spesialis tambahan untuk memimpin eksplorasi lebih lanjut tentang dampak penggunaan aplikasi. Penelitian tentang penggunaan kegunaan akan sangat menarik dengan asumsi bahwa itu terus diproduksi untuk berbagai aplikasi dengan penelitian yang lebih mendalam. Dengan bertambahnya jumlah pengguna aplikasi lysn, dengan tujuan agar pemeriksaannya memiliki hasil yang lebih luas. Pengguna aplikasi saat ini benar-benar perlu mengetahui seberapa sukses aplikasi yang mereka gunakan. Oleh karena itu, ilmuwan percaya bahwa spesialis masa depan dapat memperoleh hasil yang lebih jauh dan lebih luas. Selain itu, sudah seharusnya bagi aplikasi lysn untuk mempertahankan dan meningkatkan eksistensinya dengan terus menambah filter baru agar lebih mudah untuk berinteraksi antara idol dan fans dari berbagai negara.

DAFTAR REFERENSI**Buku:**

- Anshori, Muslich dan Iswati, Sri. (2011). Buku Ajar: Metode Penelitian Kuantitatif. Surabaya: Airlangga University Press
- Bungin, Burhan. (2005). Metode Penelitian Kuantitatif. Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-ilmu sosial lainnya. Jakarta: Kencana
- Darmawan, D. (2009). Pendidikan Teknologi Informasi dan Komunikasi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Doli, Suangkupom. (2018). Penggunaan Media Sosial dan Persepsi Terhadap Foto Selfie di Kota Padang Sidempuan. Medan: Jurnal Tesis Universitas Sumatera Utara
- Effendy, Onong Uchajana. (2009). Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Humaizi. (2019). Teori Komunikasi Massa: Uses and Gratifications. Medan: USUPress.
- Lubis, Suwardi. (2005). Teknologi Komunikasi dan Pembangunan. Penerbit: Universitas Sumatera Utara, Medan
- Martono, Nanang. (2014). Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data sekunder. Jakarta
- McQuail, Denis. (2011). Teori Komunikasi Massa. Jakarta: Salemba Humanika
- Sobur, Alex. (2003). Psikologi Umum. Bandung: PT. Pustaka Setia
- Severin, Warner, James W. Tankard Jr. (2011) Communications: Theories, Origins, methods, Uses in Mass Media (Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa). Terj. Sugeng Hariyanto. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Widodo. (2019). Metodologi Penelitian Populer dan Praktis. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

Jurnal:

- Idola Perdini Putri, F. D. (2019). K-Drama dan Penyebaran Korean Wave di Indonesia. ProTVF, Volume 3, No. 1, 2019, 3, 68-60.
- Risma Ismulia Rahmi, R. I. (2018). Analisis User Experience Pada Website Streaming Video. Vol. 2, No. 8, Agustus 2018, 2, 2907-2917.

Web:

<https://kumparan.com/kumparank-pop/k-popedia-weverse-dan-lysn-aplikasi-komunitas-fans-k-pop-kekinian-1tB4RzLo2XB/full>

<https://kbbi.web.id/puas>

<https://kbbi.web.id/motif>

<https://kumparan.com/kumparank-pop/k-popedia-weverse-dan-lysn-aplikasi-komunitas-fans-k-pop-kekinian-1tB4RzLo2XB>