

Twitter Sebagai Media Pemenuhan Kebutuhan Informasi Penggemar Musik Korea di Indonesia

Berliana Maharanu Pasaribu^{1*}, Yunus Winoto¹, Ute Lies Siti Khadijah¹

¹Universitas Padjadjaran

*Corresponding author, e-mail: berliana18001@mail.unpad.ac.id

Abstract

This study aims to describe the information needs of Korean music fans in Indonesia and to describe Twitter as a media for meeting these information needs. This research method uses descriptive research with a qualitative approach. Data collection techniques were carried out by interview, observation, and literature study. The results showed that the information provided briefly, concisely, and clearly on Twitter made the information needed by Korean music fans in Indonesia easily available. Its features and Korean music-related accounts that available on Twitter also play an important role in meeting their information needs.

Keywords: Information needs, korean music fans in Indonesia, twitter



This is an open access article distributed under the Creative Commons 4.0 Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. ©2018 by author.

Pendahuluan

Setiap orang memiliki kebutuhan informasi, tidak terkecuali penggemar musik korea di Indonesia. Informasi yang dibutuhkan oleh para penggemar musik korea di Indonesia berupa informasi perilisan album dan lagu-lagu serta musik video terbaru, kegiatan resmi para idola korea, konten-konten hiburan dari acara musik, aktivitas terbaru atau aktivitas keseharian para idola korea, proyek-proyek musik terbaru, dan informasi yang lainnya. Kebutuhan informasi dilatar belakangi oleh hak informasi yang dimiliki oleh setiap orang untuk menerima, memberi, dan memanfaatkan informasi. Kebutuhan informasi dipengaruhi oleh sepuluh faktor, terdiri dari faktor pekerjaan, faktor kebudayaan, faktor kepribadian, faktor tingkat kesadaran seseorang akan kebutuhan informasinya, faktor jenis kelamin, faktor usia, faktor ketersediaan waktu dalam proses pencarian informasi, faktor akses informasi, faktor biaya yang ditanggung selama melakukan pencarian informasi yang dibutuhkan, dan faktor informasi yang berlebih (Nicola, dalam Wardani, 2018).

Menurut Safii (dalam Wardani, 2018), terjadinya kebutuhan informasi dapat diketahui bahwa informasi adalah untuk semua orang bagi yang membutuhkan. Hal ini sesuai dengan pernyataan bahwa semua orang adalah pengguna informasi. Penggunaan informasi dapat dibedakan dari berbagai macam aspek, seperti kepentingan, latar belakang, dan tujuan penggunaannya. Setiap orang dengan karakteristik sosial yang berbeda-beda akan mempunyai bentuk dan sifat penggunaan yang juga berbeda terhadap informasi yang didapatkannya (Yusup, 2016). Salah satunya adalah penggemar musik korea di Indonesia. Mereka memiliki kepentingan dan juga tujuan yang berbeda dari banyak orang dalam menggunakan dan mencari informasi.

Sumber-sumber yang dipakai oleh orang-orang untuk memenuhi kebutuhan informasi itu banyak ragamnya. Banyak sekali media yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan informasi mereka, seperti media massa televisi, radio, media cetak, media elektronik, dan lain-lain. Media sosial menjadi salah satu media yang banyak dipilih oleh orang-orang untuk memenuhi kebutuhan informasi mereka. Termasuk penggemar musik korea di Indonesia. Para penggemar ini dalam kegiatannya memenuhi kebutuhan informasi yang mereka punya, menggunakan media sosial untuk mencari dan mendapatkan informasi yang sedang mereka butuhkan. Biasanya, dalam media sosial ataupun internet, media yang dipakai oleh orang untuk mencari informasi dengan cepat adalah Google dan situs internet lainnya. Tetapi banyak dari penggemar musik Korea di Indonesia menggunakan Twitter untuk memenuhi kebutuhan informasi mereka.

Twitter merupakan sebuah media sosial yang didirikan oleh Jack Dorsey pada tahun 2006 yang memungkinkan penggunaannya untuk mengirim dan membaca pesan berbasis teks hingga 140 karakter, tetapi pada tanggal 07 November 2017 bertambah hingga 280 karakter yang dikenal dengan sebutan kicauan (*tweet*). Fitur yang dimiliki oleh Twitter seperti *tweet*, *trending topic*, *mention tab*, *direct message*, *retweet*, *quote retweet*, *likes*, *comment*, *space*, dan *search bar* sangat berguna untuk melakukan komunikasi dan pencarian informasi, sehingga hal ini menjadi salah satu alasan para penggemar musik korea di Indonesia menggunakan media sosial tersebut. Twitter memiliki lebih dari 300 juta pengguna dimana mereka bisa bertemu dan berbicara dengan orang-orang atau teman baru, mempromosikan sebuah produk, membagikan informasi dan lainya (Jeffrey Gray, Quora, dalam Faiza, et. Al, 2020).

Penelitian terdahulu terkait pemenuhan kebutuhan informasi di media sosial Twitter telah banyak dilaksanakan, seperti penelitian yang telah dilakukan oleh Isni Puspita Dewi (2016) tentang pemanfaatan akun Twitter @TMCPoldaMetro dalam memenuhi kebutuhan informasi para pengguna jalan raya, menunjukkan bahwa dengan memanfaatkan akun Twitter @TMCPoldaMetro cukup memenuhi pendekatan kebutuhan informasi mutakhir, pendekatan kebutuhan informasi rutin, pendekatan kebutuhan informasi mendalam, dan pendekatan kebutuhan informasi sekilas para pengguna jalan raya. Penelitian yang serupa tentang kebutuhan informasi adalah penelitian yang dilakukan oleh Tri Rahma Kusuma Wardani (2018) tentang kebutuhan informasi komunitas akar tuli, menunjukkan bahwa kebutuhan informasi anggota komunitas didorong oleh sepuluh faktor. Selain sepuluh faktor tersebut, kebutuhan informasi anggota komunitas juga dipengaruhi oleh isi informasi yang disertai dengan gambar untuk memudahkan mereka dalam menerjemahkan, dan memahami informasi yang diperoleh. Upaya pemenuhan kebutuhan informasi anggota komunitas dilakukan dengan beberapa cara, yakni pencarian informasi melalui manusia atau bertanya kepada orang lain, pencarian informasi melalui dokumen, pencarian informasi melalui gawai atau secara online, dan membaca bibir lawan bicara. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan kebutuhan informasi penggemar musik korea di Indonesia dan mendeskripsikan Twitter sebagai media pemenuhan kebutuhan informasi tersebut.

Metode

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode deskriptif kualitatif adalah metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat postpositivisme yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci teknik pengumpulan data dilakukan secara trigulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi (Sugiyono, 2013). Menurut Yuliani (2018), penelitian deskriptif kualitatif dapat secara ringkas dijelaskan sebagai sebuah metode penelitian yang bergerak pada pendekatan kualitatif sederhana dengan alur induktif. Sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari keterangan beberapa informan, yaitu para penggemar musik korea di Indonesia yang aktif memakai Twitter sebagai media pemenuhan kebutuhan informasi mereka. Sumber data dalam penelitian berupa sumber data primer dan sumber data sekunder. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi atau pengamatan, dan studi kepustakaan.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis interaktif. Menurut Creswell (dalam Wardani, 2018), langkah-langkah teknik analisis data dalam penelitian itu ada enam, yaitu 1) mengolah dan mempersiapkan data untuk dianalisis; 2) membaca seluruh data dilakukan untuk memaknai informasi dan data yang didapatkan dari informan secara keseluruhan; 3) memberi kode data dilakukan untuk mempermudah peneliti dalam melakukan analisis data yang didapat; 4) tema-deskripsi dilakukan untuk mengelompokkan informasi atau data ke dalam tema-tema berdasarkan topik yang sama; 5) penyajian data, data hasil yang disajikan berdasarkan temuan-temuan di lapang yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dan telaah dokumen; 6) interpretasi data, peneliti menginterpretasi data dengan membahasnya menggunakan teori-teori yang terkait.

Hasil dan Pembahasan

Kebutuhan informasi muncul ketika seseorang sadar akan adanya kesenjangan antara pengetahuan dan harapan untuk memecahkan masalah (Belkin, 2022). Kebutuhan informasi akan muncul

ketika seseorang sadar bahwa dia tidak memiliki pengetahuan dan atau merasa pengetahuannya yang dimilikinya kurang untuk mencapai tujuan. Kebutuhan informasi para penggemar musik korea di Indonesia muncul karena mereka merasa tidak memiliki informasi ataupun informasi yang dimiliki mereka itu kurang.

Penggemar musik korea di Indonesia membutuhkan informasi-informasi, seperti; 1) informasi jadwal kegiatan resmi para idol di Korea, seperti perilisan musik baru, konser, dan kehadiran dan jadwal mereka di acara *variety/reality/award*; 2) aktivitas dan kegiatan keseharian para idola korea, seperti *update*-an media sosial mereka dan *schedule* keseharian mereka; 3) projek-projek terbaru yang berkaitan dengan idol di Korea, seperti *photoshoot* majalah terbaru; 4) informasi terkait *comeback goals/birthday goals/birthday project* yang dibuat oleh para penggemar yang lain untuk keberlangsungan perilisan album baru maupun kepentingan idola itu sendiri; 5) informasi tentang penjualan *merch/album/membership* yang dikeluarkan secara *official* dari agensi yang menaungi para idola di Korea; 6) informasi tentang konser/*world tour*, seperti tanggal, *venue*, *ticketing*, dan *pricing*; 7) konten lainnya yang bersifat hiburan baik yang resmi maupun yang dibuat oleh penggemar lain, seperti *song cover* idol yang dilakukan para idola korea ketika melakukan *cover* lagu dari penyanyi lain dan cerita fiksi penggemar yang ditulis dan dibagikan oleh sesama penggemar untuk penggemar yang lain, dan 8) informasi yang lainnya yang berhubungan dengan musik-musik korea serta para idola-idola di Korea.

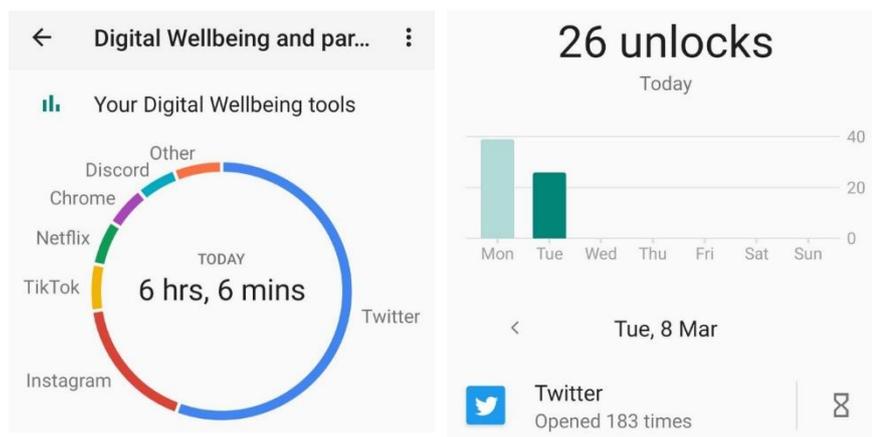
Penggemar musik korea di Indonesia melakukan pencarian informasi dengan menggunakan berbagai macam media, salah satunya adalah media sosial. Media sosial merupakan sebuah media yang paling mudah untuk dipakai dan ditemukan, khususnya para penggemar musik korea yang berada di Indonesia. Banyak penggemar musik korea di Indonesia memilih dan menggunakan media sosial Twitter sebagai media pemenuhan kebutuhan informasi mereka. Ini dibuktikan oleh Twitter Indonesia dengan akun @TwitterID yang pada tanggal 30 Juli 2021 membagikan kicauan yang menunjukkan bahwa percakapan K-Pop terus meningkat di Twitter, terdapat 7,5 miliar twit/kicauan tentang K-Pop dari tanggal 1 Juli 2021 hingga 30 Juni 2021 dan negara Indonesia menjadi negara pertama dari 20 daftar negara teratas dengan jumlah penggemar K-Pop terbanyak di Twitter.



Gambar 1 Kicauan akun @TwitterID

Para penggemar musik korea di Indonesia yang menjadi narasumber di dalam penelitian ini merupakan seorang penggemar korea yang sudah lama memilih dan menggunakan Twitter sebagai media pemenuhan kebutuhan informasi mereka, ada yang sudah aktif memakai Twitter sejak tahun 2011, ada juga yang sudah memakai Twitter sejak tahun 2012-2014 tetapi sempat hiatus dan kembali aktif sejak tahun 2019, ada yang sudah aktif sejak 2016, ada yang aktif sejak tahun 2012, ada juga yang sudah aktif menggunakan Twitter sejak tahun 2010. Lima orang narasumber ini sama-sama mengatakan bahwa mereka menggunakan Twitter sebagai media pemenuhan kebutuhan informasi mereka sebagai penggemar musik korea di Indonesia.

Dalam kesehariannya, para penggemar musik korea di Indonesia menghabiskan waktu yang cukup lama di Twitter untuk memenuhi kebutuhan informasi yang mereka punya sebagai penggemar musik korea. Narasumber 1 mengatakan bahwa waktu yang dia habiskan di Twitter tidak pasti berapa lamanya, hanya saja cukup sering dan pada jam senggang. Narasumber 2 mengatakan waktu yang dihabiskannya di Twitter untuk memenuhi kebutuhan informasinya adalah hampir setengah hari secara berkala. Narasumber 3 mengatakan bahwa waktu yang dia habiskan di Twitter untuk mencari dan mendapatkan informasi yang dia butuhkan adalah dua hingga empat kali dalam sehari. Narasumber 4 mengatakan bahwa waktu yang dihabiskannya di Twitter untuk memenuhi kebutuhan informasi yang mereka punya dalam sehari berkisar 1.5 – 2.5 jam, dalam periode itu dia membuka Twitter untuk mencari informasi yang dibutuhkannya sekitar kurang lebih 7 – 9 dan sisa waktunya di Twitter dihabiskan untuk hiburan. Narasumber 5 mengatakan bahwa waktu yang dia pakai untuk memenuhi kebutuhan informasinya di Twitter adalah 6 jam 6 menit dalam sehari dan membuka Twitter sebanyak 183 kali yang dilakukan untuk mencari informasi perihal musik korea dan juga untuk hiburan yang tidak berkaitan dengan musik korea.



Gambar 2 Screenshot waktu lamanya dan berapa kalinya narasumber 5 menghabiskan waktu di Twitter

Penggemar musik korea di Indonesia yang menggunakan Twitter sebagai media pemenuhan kebutuhan informasi mereka memilih Twitter karena berbagai alasan, seperti Twitter adalah media sosial yang mudah diakses, segala informasi yang bersifat baru dan *real-time* di Twitter tersedia secara cepat, mudahnya mengkonfirmasi kelayakan dan kebenaran informasi yang beredar, dan alasan yang lainnya. Menurut Pawit dan Priyo (2016) dalam bukunya yang berjudul "*Teori & Praktik Penelusuran Informasi Information Retrieval*" menyebutkan bahwa seorang individu akan memilih sumber-sumber informasi akan digunakan nantinya sebagai media berinteraksi ataupun berkomunikasi yang menurutnya akan dapat tambahan ilmu pengetahuan melalui informasi-informasi baru dalam proses pengembangan diri. Pawit dan Priyo juga menjelaskan bahwa dengan internet, individu dapat mencari informasi sebanyak-banyaknya dan dapat pula berinteraksi dan atau berkomunikasi dengan berbagai orang dari belahan dunia lain, karena media internet tidak kenal batasan wilayah dan waktu. Hal ini sesuai dengan penggemar musik korea di Indonesia yang memilih sumber informasi bagi mereka mencari informasi-informasi yang mereka dapatkan dan internet serta media sosial menjadi media yang dipilih karena kemudahan aksesnya dan juga informasi di internet yang tidak mengenal batasan wilayah dan waktu. Situs internet maupun media sosial yang dipilih para penggemar musik korea kebanyakan adalah Twitter, Google, Instagram, dan Youtube. Setelah dilakukannya wawancara dengan lima narasumber, Twitter menjadi salah satu media sosial yang mereka pilih sebagai media pemenuhan kebutuhan informasi dan juga menjadi sumber informasi yang paling efektif dalam memenuhi kebutuhan yang mereka miliki.

Setelah dilakukannya wawancara dan observasi, alasan mengapa para penggemar musik korea di Indonesia memilih Twitter sebagai media pemenuhan kebutuhan informasi mereka ternyata cukup beragam, seperti Narasumber 1 memilih media sosial Twitter karena pada saat ini, Twitter merupakan salah satu pusat penyebaran informasi terkini, di mana informasi dapat diperoleh dengan mudah dan diproduksi oleh pihak yang dapat bertanggung jawabkan tulisannya.

Alasan lain kenapa para penggemar musik korea di Indonesia memilih Twitter sebagai media pemenuhan kebutuhan informasi mereka adalah karena kecepatan pergerakan informasi, *real-time* update, dan sistem pencarian di Twitter yang luas

“Kecepatan pergerakan informasi, real time update, tertata sesuai dengan timeline yang terkini. Informasi yang dicari akan mudah terlihat karena sistem pencariannya advance bisa mencari topik luas hingga spesifik dengan mengetahui kata kuncinya.” (Narasumber 2).

Menurut Narasumber 3 dan 5, alasan selanjutnya kenapa Twitter dipilih pemenuhan kebutuhan informasi penggemar musik korea di Indonesia adalah karena informasi yang disampaikan di Twitter cenderung efektif dan menarik karena adanya aturan post di Twitter yang punya batasan karakter yang menjadikan informasi dari akun resmi biasanya dimuat secara singkat, padat, dan jelas. Selain itu, di Twitter kita dapat mengetahui berbagai macam pendapat orang terhadap suatu informasi yang mempermudah penggunaannya untuk mengevaluasi dan mengkonfirmasi kebenaran informasi yang beredar di Twitter.

Alasan lain mengapa penggemar musik korea di Indonesia memilih Twitter sebagai media pemenuhan kebutuhan informasi mereka adalah karena informasi yang terdapat di Twitter bersifat mudah untuk dipilah dan dicerna serta mudahnya melakukan konfirmasi terhadap informasi yang tersedia di Twitter

“Informasi di Twitter mudah dipilah-pilah dan dicerna, karena bisa kelihatan mana aja informasi yang datang dari akun resmi dan mana informasi yang sekedar kabar burung semata. Selain itu, ada banyak indikator di Twitter yang bisa dipakai untuk menentukan sumber informasi mana yang akurat dan mana yang gak akurat. Contohnya, ada verified account, selain itu bisa juga dilihat dari tanggal join di Twitter, jumlah followers, history tweet sebelumnya, dll. Jadi intinya lebih mudah crosscheck informasi yang ada di twitter. Ini juga biasanya dibantu dari cara kerja twitter yang memungkinkan adanya diskusi antar pengguna yaa, jadinya sesama pengguna bisa crosscheck informasi sama sama sebelum menentukan kredibilitas” (Narasumber 4).

Cara Penggemar Musik Korea di Indonesia Mencari Informasi di Twitter

Terdapat berbagai cara kita meneukan sebuah informasi di media sosial Twitter. Salah satu caranya adalah menemukan akun yang terpercaya dan melakukan crosscheck. Penggemar musik korea di Indonesia yang memakai Twitter sebagai media pemenuhan kebutuhan informasi mereka, melakukan berbagai cara untuk mencari informasi di media sosial Twitter. Beberapa cara di antaranya adalah 1) Mencari informasi dengan menggunakan *keywords* terkait pada kotak pencarian (*search bar*) atau mencari secara manual pada linimasa (*timeline*); 2) Mengikuti akun-akun seperti akun resmi, akun translasi (terjemahan) dari Bahasa Korea ke Bahasa Inggris atau ke Bahasa Indonesia, *fanacc*, dan *fanbase* yang secara konsisten menyediakan informasi-informasi terkait musik dan juga idol di Korea, nantinya para penggemar musik korea di Indonesia ini membuka akun-akun tersebut secara langsung untuk mencari informasi yang mereka butuhkan; 3) Melakukan pencarian informasi di bagian *Trending Topic*



Gambar 3 Fitur Search Bar di Twitter



Gambar 4 Fitur Trending Topic di Twitter

Cara Penggemar Musik Korea di Indonesia Menemukan Informasi di Twitter

Begitu banyak cara untuk menemukan informasi yang dibutuhkan. Setiap individu memiliki cara mereka tersendiri bagaimana cara menemukan informasi yang mereka butuhkan, termasuk penggemar musik korea di Indonesia. Begitu banyak cara bagaimana para penggemar musik korea di Indonesia menemukan informasi yang mereka butuhkan di Twitter. Salah satu caranya adalah dengan membaca tweet/kicauan yang diposting oleh akun Twitter penyedia informasi musik-musik korea atau informasi perihal idola di Korea

“Dengan membaca tweet-tweet yang dipost oleh akun Twitter yang biasa menyediakan informasi mengenai idola. kadang kalau aku butuh lebih banyak sumber, aku ketik keyword terkait info yang aku cari, di hasil pencarian nanti buka tab "Top", di tab ini Twitter menampilkan tweet-tweet yang 'ramai' (dalam artian, banyak replies, qrts, rts dan interaksi lainnya) jadi akan banyak baca tweet dari akun lain juga.” (Narasumber 3).

Di media sosial Twitter, terdapat banyak cara menemukan informasi yang sedang kita butuhkan. Salah satu cara penggemar musik korea di Indonesia menemukan informasi yang mereka cari dengan menemukan informasi yang dibagikan oleh akun resmi. Akun resmi sebuah boygroup/girlgroup/soloist/band di Korea biasanya berisikan jadwal dan informasi yang resmi. Beberapa penggemar musik korea di Indonesia menyalakan notifikasi atas akun resmi tersebut agar mereka tidak tertinggal informasi yang nantinya dibagikan akun tersebut, beberapa di antaranya juga melakukan pencarian secara manual di *search bar*, dan atau menemukan postingan dari akun resmi tersebut dari linimasa (*timeline*).



Gambar 5 Postingan akun resmi Jepang official boygroup The Boyz perihal teaser music video yang akan dikeluarkan bersamaan dengan album baru di tanggal 27 Mei 2022 nanti

Selain akun resmi, penggemar musik korea di Indonesia pun memiliki akun dengan kriteria lain untuk mereka mendapatkan informasi yang sedang mereka butuhkan. Di antara lain adalah akun *fanacc*, akun *fanbase*, akun translasi (terjemahan), dan akun *original poster* yang secara konsisten memberikan informasi perihal musik-musik korea maupun idol-idol di Korea. Akun *fanacc* dan *fanbase* maupun *original poster* merupakan akun-akun yang menyediakan atau membagikan informasi-informasi terbaru dari kegiatan idol korea, perilsan musik terbaru, dan informasi yang lainnya. Akun translasi yang biasanya diikuti oleh penggemar musik korea di Indonesia adalah akun yang menerjemahkan Bahasa Korea ke Bahasa Inggris ataupun ke Bahasa Indonesia. Biasanya akun ini akan menerjemahkan artikel-artikel berbahasa indonesia, *caption update*-an media sosial para idol, menerjemahkan ucapan para idol korea secara *real-time* ketika mereka sedang melakukan *live broadcast*, dan atau menerjemahkan pesan-pesan yang diberikan para idol di aplikasi bertukar pesan.

“Langsung kunjungi akun twitter yang menurutku bisa menjawab kebutuhan informasiku. Contohnya, kalau aku perlu tau jadwal resmi bts atau the boyz biasanya aku langsung buka akun resmi agensinya, kalau aku perlu translasi konten berbahasa korea biasanya aku langsung buka akun translation. Jadi yang penting tau dulu mau cari apa terus langsung aja ke akun yang sekiranya membantu.” (Narasumber 4)



Gambar 6 (kiri) akun translasi dari fandom EXO-L (EXO) menerjemahkan jawaban interview yang dilakukan salah satu member EXO di sebuah acara dan (kanan) akun translasi TheB (The Boyz) yang menerjemahkan pesan secara *real-time* yang dikirimkan salah satu member grup dari aplikasi bertukar pesan yang berbayar.



Gambar 7 akun fanbase EXO-L yang membagikan informasi terbaru (airport preview) salah satu anggota member grup EXO yang memiliki jadwal terbang ke Jerman untuk sebuah acara

Twitter Sebagai Media Pemenuhan Kebutuhan Informasi Penggemar Musik Korea di Indonesia

Twitter memenuhi kebutuhan informasi yang dimiliki penggemar musik Korea di Indonesia karena memiliki sumber informasi yang bisa didapatkan dan dikonfirmasi secara cepat. Selain itu, akun-akun yang menyediakan informasi di dalam media sosial ini pun membantu para penggemar musik Korea di Indonesia mendapatkan informasi yang sedang mereka cari. Informasi yang luas yang terdapat di media sosial Twitter dan juga informasi yang bersifat cepat ditemukan membuat penggemar musik Korea di Indonesia dengan mudah memenuhi kebutuhan informasi yang mereka punya.

Kesimpulan

Twitter sebagai media sosial yang banyak dipakai oleh penggemar musik Korea di Indonesia memberikan peran penting sebagai media pemenuhan kebutuhan informasi yang mereka punya. Informasi yang dibutuhkan penggemar musik Korea antara lain adalah informasi mengenai musik-musik Korea terbaru lengkap dengan musik video dan informasi mengenai para idola di Korea, seperti jadwal resmi, keseharian para *idol*, proyek-proyek resmi yang dilakukan oleh idola itu sendiri ataupun proyek-proyek yang dibuat oleh para penggemar, dan hiburan seperti informasi perihal *fanfiction*. Tersedianya informasi secara singkat, padat, dan jelas yang disajikan di dalam kicauan yang memiliki batas kata membuat informasi yang didapatkan di Twitter mudah untuk dicari kebenarannya, adanya interaksi antar pengguna Twitter di kolom komentar maupun di kolom *quote re-tweet* memungkinkan adanya pertukaran informasi antar penggemar yang mempermudah para penggemar untuk mengecek kebenaran dari informasi yang mereka dapatkan. Penggemar musik Korea di Indonesia mendapatkan sebagian besar informasi yang mereka butuhkan dari akun-akun resmi dan penggemar yang menyediakan informasi terbaru, akurat, dan informasi yang dibagikan secara *real-time* di Twitter. Akun-akun tersebut antara lain adalah akun *official* milik para idola di Korea maupun agensi yang menaungi idola tersebut, akun *fanbase* yang menyediakan *update-an* terbaru dari idola Korea, akun terjemahan Bahasa Korea ke Bahasa Inggris atau Bahasa Indonesia, dan akun Original Poster (OP) yang membagikan informasi *real-time* langsung dari Korea. Twitter berperan menjadi media pemenuhan kebutuhan informasi penggemar musik Korea di Indonesia karena informasi yang terdapat di media sosial ini sifatnya terbaru, mudah dicari sumber dan kebenaran informasinya, serta tersedia secara *real-time*.

Referensi

- Faiza, D., Bestari, A. C. Y., & Mayekti, M. H. (2020). An Analysis of Grammatical Errors in Kpop Tweets. *Jurnal Sinestesia*, 10(1), 33.
- Puspitadewi, I., Erwina, W., & Kurniasih, N. (2016). Pemanfaatan "Twitter Tmcpoldametro" Dalam

Memenuhi Kebutuhan Informasi Para Pengguna Jalan Raya. *Jurnal Kajian Informasi Dan Perpustakaan*, 4(1), 21.

Rossza, D. . (2020). Pengaruh Media Sosial Instagram@ halodoc Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kesehatan Followers. *Jom Fisip*, 7, 1–11.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*.

Wardani, T. R. K., Suwignyo, H., & Ernaningsih, D. N. (2018). Kebutuhan Informasi dan Upaya Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pada Komunitas Akar Tuli. *BIBLIOTIKA : Jurnal Kajian Perpustakaan Dan Informasi*, 2(2), 105–106.

Yuliani, W. (2018). Metode penelitian deskriptif kualitatif dalam perspektif bimbingan dan konseling. *Quanta*, 2(2), 83.

Yusup, P. M. (2016). *Ilmu Informasi, Komunikasi, dan Kepustakaan (Kedua)*. PT Bumi Aksara.