



Munculnya Platform Penggemar K-pop Memfasilitasi Komunikasi Antara Penggemar dan Idol, Membuka Debat Mengenai Keaslian

Description

Platform Komunikasi Fan-Artis Baru: Kesempatan atau Komersialisasi?

Menyambut era digital fandom, seorang mahasiswi berusia 20 tahun yang bernama Kim baru-baru ini telah berkomunikasi dengan Yejun dan Noah, dua anggota boy band K-pop PLAVE. Berkat platform penggemar Dear U bubble, obrolan virtual dengan idola favoritnya telah menjadi realitas baru baginya. Platform ini menawarkan layanan pesan satu lawan satu antara penggemar dan artis, dengan biaya langganan bulanan sebesar 4.500 won (\$3,37).

Perubahan Paradigma Fan-Artis

Kim, yang bergabung dengan layanan tersebut bulan lalu, menikmati komunikasi yang personal dan konten eksklusif. Dia menyebutkan, "Bubble memiliki banyak konten eksklusif, meskipun akhirnya bocor ke publik." Kim juga mengikuti grup K-pop lain seperti &TEAM dan ENHYPEN di platform penggemar Weverse yang diperkenalkan oleh HYBE pada 2019.

Popularitas Platform Komunikasi

Platform Weverse dilaporkan memiliki sekitar 113 juta unduhan aplikasi, sementara Dear U bubble melaporkan sekitar 2,3 juta pelanggan pada paruh kedua tahun 2023. Mengikuti tren ini, CJ ENM baru-baru ini meluncurkan PlusChat 2.0, layanan di platform budaya K-pop Mnet Plus.

Generasi Fan-Artis

Hasrat untuk komunikasi antara penggemar dan artis telah menyebar di seluruh generasi, dari idola generasi pertama seperti H.O.T dan Sechs Kies dari tahun 1990-an hingga bintang K-pop generasi keempat dan kelima saat ini.

****Komersialisasi Platform Komunikasi****

Penting untuk diingat bahwa, meskipun platform ini memungkinkan interaksi yang lebih dekat antara idola dan penggemar, hal ini juga menimbulkan perdebatan tentang implikasi dari mengkomodifikasi komunikasi dan harapan yang ditempatkan pada artis untuk menjaga keterlibatan dengan penggemar yang membayar.

****Dampak dan Tinjauan Ahli****

Peneliti seperti Kang Shin-kyu dari KOBACO menyatakan bahwa kemunculan platform penggemar telah mentransformasi fandom ke arah yang lebih pasif dan terkomersialisasi. Hal ini juga menimbulkan pertanyaan tentang esensi fandom dalam era platform berbayar.

****Ekspektasi dan Kritik****

Sebagai contoh, penggemar seperti Do yang mengikuti anggota boy band K-pop The Boyz melalui Dear U bubble, melihat bahwa evolusi komunikasi dengan idola menimbulkan pertanyaan tentang sifat fandom dalam era platform berbayar. Namun, terlepas dari pro dan kontra, perkembangan platform komunikasi antara penggemar dan artis menghadirkan perubahan signifikan dalam cara kita berinteraksi dengan idola kita.

Ringkasan

Sebuah platform bernama Dear U bubble telah mengubah cara seorang mahasiswa berusia 20 tahun bernama Kim berkomunikasi dengan idola K-pop favoritnya. Dengan biaya langganan bulanan sebesar 4.500 won (\$3.37), Kim dapat berkomunikasi secara pribadi dengan idolanya dan menikmati konten eksklusif. Namun, perkembangan platform seperti Weverse dan PlusChat 2.0 juga menimbulkan pertanyaan tentang komodifikasi interaksi antara penggemar dan artis. Bagaimana pendapat Anda tentang transformasi komunikasi antara penggemar dan idola K-pop melalui platform-platform ini? Apakah Anda setuju dengan monetisasi komunikasi tersebut atau memiliki kekhawatiran tentang implikasinya? Berikan pendapat Anda di kolom komentar di bawah!

Sumber berita silahkan Cek di sini [Source link](#) . jangan lupa baca berita/artikel terkait melalui link di bawah. dan silahkan cek tools kehamilan terbaru dari homp.my.id yaitu tools [kalkulator kehamilan](#)