



Penerapan Teknik Reportase Wawancara (*People Trail*) Dalam Produksi Video Feature “Seventeen Menginspirasi, Carat Berkontribusi”

The Use Of Interview Reporting Techniques (People Trail) In The Production Of The Video Feature “Seventeen Menginspirasi, Carat Berkontribusi”

Aisyah Islamiati^{1*}, Rinda Aunillah Sirait², Iwan Koswara³

¹⁻³Fakultas Ilmu Komunikasi, D4 Manajemen Produksi Media, Universitas Padjadjaran, Indonesia

Korespondensi penulis: aisyah21012@mail.unpad.ac.id

Article History:

Diterima: 6 Januari 2026; Direvisi: 10 Februari 2026; Disetujui: 25 Februari 2026; Tersedia Online: 30 Maret 2026; Diterbitkan: 4 April 2026.

Keywords: K-Pop; CARAT; Video Feature; Reporting Techniques; Interviews

Abstract: In recent years, Korean Pop (K-Pop) culture has expanded beyond entertainment to form fan communities with strong identities and social activities. One of the largest K-Pop fandoms in Indonesia is CARAT, the fan community of the South Korean group SEVENTEEN, which is actively involved in various social and humanitarian initiatives. However, limited media coverage has caused these activities to be overlooked, reinforcing negative stereotypes toward K-Pop fandoms. This study aims to highlight the social activities of the CARAT Bandung community through a human-interest feature video entitled “SEVENTEEN Inspires, CARAT Contributes”. The methods employed include journalistic reporting techniques consisting of research, observation, and interviews with community members and professional sources. The findings indicate that CARAT Bandung not only focuses on entertainment-related activities but also builds social relationships, solidarity, and meaningful social contributions. The feature video demonstrates that K-Pop fandoms can function as positive social agents and serve as relevant journalistic media for shaping public perspectives on fan communities in Indonesia.

Abstrak

Budaya populer Korean Pop (K-Pop) tidak hanya menghadirkan produk hiburan, tetapi juga membentuk komunitas penggemar dengan identitas dan aktivitas sosial yang kuat. Salah satu fandom besar di Indonesia adalah CARAT, komunitas penggemar grup musik SEVENTEEN, yang secara konsisten terlibat dalam berbagai kegiatan sosial dan kemanusiaan. Namun, minimnya sorotan media terhadap aktivitas tersebut menyebabkan kontribusi sosial fandom K-Pop kerap terabaikan dan masih dilekatkan dengan stereotip negatif. Penelitian ini bertujuan untuk menyoroti kegiatan sosial yang dilakukan oleh komunitas CARAT Bandung melalui karya jurnalistik berbentuk video feature berjudul “SEVENTEEN Menginspirasi, CARAT Berkontribusi”. Metode yang digunakan meliputi teknik reportase jurnalistik melalui riset, observasi, dan wawancara dengan anggota komunitas serta narasumber profesional. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunitas CARAT Bandung tidak hanya berfokus pada aktivitas hiburan, tetapi juga membangun relasi sosial, solidaritas, serta kontribusi nyata bagi masyarakat. Karya ini menegaskan bahwa fandom K-Pop dapat berperan sebagai agen sosial yang positif dan menjadi media jurnalistik yang relevan di ruang publik.

Kata kunci: K-Pop, CARAT, Video Feature, Teknik Reportase, Wawancara

1. PENDAHULUAN

Budaya populer, khususnya Korean Pop (K-Pop), berkembang pesat dan membentuk komunitas penggemar yang aktif di berbagai ruang sosial. Namun, komunitas penggemar K-Pop kerap dipersepsikan secara negatif, seperti dianggap fanatik, konsumtif, dan tidak

memberikan kontribusi nyata bagi masyarakat. Perspektif tersebut menyebabkan berbagai aktivitas sosial yang dilakukan oleh komunitas penggemar sering kali terabaikan dalam pemberitaan media.

Komunitas CARAT Bandung merupakan salah satu komunitas penggemar K-Pop yang secara aktif terlibat dalam kegiatan sosial, seperti penggalangan donasi, kegiatan amal, dan aksi solidaritas kemanusiaan. Meskipun demikian, kontribusi sosial tersebut belum banyak terdokumentasi dan diketahui oleh publik luas. Kondisi ini menunjukkan adanya kebutuhan akan media alternatif yang mampu menyoroti praktik-praktik sosial positif yang dilakukan oleh komunitas penggemar.

Berdasarkan permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang untuk memanfaatkan media audiovisual berupa video feature sebagai sarana edukasi sosial. Melalui pendekatan human interest dan prinsip jurnalisme warga, program ini bertujuan untuk mendokumentasikan serta menyebarluaskan kontribusi sosial CARAT Bandung, sekaligus membangun pemahaman publik yang lebih seimbang terhadap komunitas penggemar K-Pop.

2. METODE

Kegiatan penciptaan karya video feature ini dilaksanakan menggunakan teknik reportase jurnalistik dengan pendekatan people trail. Pendekatan ini dipilih karena karya feature berfokus pada penelusuran pengalaman, aktivitas, dan peran sosial individu serta komunitas sebagai cara untuk memahami sebuah fenomena secara naratif dan visual.

Dalam pelaksanaannya, penulis menelusuri komunitas penggemar K-Pop CARAT Bandung sebagai subjek utama, dengan menjadikan pengalaman personal anggota komunitas dan pengelolanya sebagai titik masuk utama dalam membangun cerita. Wawancara dilakukan sebagai bagian dari proses reportase untuk menggali informasi, pengalaman, dan pandangan narasumber secara jurnalistik.

Subjek utama dalam kegiatan ini adalah komunitas CARAT Bandung, yang menjadi fokus penelusuran people trail. Subjek pendukung terdiri atas psikolog sosial dan pengamat media digital yang berperan memberikan konteks dan penjelasan terhadap fenomena fandom dari sudut pandang keilmuan.

Pelaksanaan wawancara dan pengambilan gambar dilakukan di beberapa lokasi yang relevan dan disesuaikan dengan aktivitas serta kenyamanan narasumber, yaitu Sincere Café Paskal, HOWL Library & Creative Space, Fakultas Psikologi Universitas Padjadjaran, dan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran.

Narasumber terlibat secara langsung dalam proses reportase melalui kesediaan mengikuti wawancara, pengambilan gambar, serta perekaman audio dan visual. Sebelum proses peliputan dilakukan, penulis menjelaskan tujuan karya dan konteks penggunaan materi kepada narasumber sebagai bagian dari etika jurnalistik. Adapun teknik pengumpulan informasi dalam karya ini meliputi:

- A. Penelusuran people trail, yaitu mengikuti pengalaman, aktivitas, dan peran sosial komunitas CARAT Bandung;
- B. Wawancara reportase, sebagai sarana menggali cerita, pendapat, dan pengalaman narasumber;
- C. Observasi lapangan, untuk memahami dinamika komunitas dan konteks sosial yang menyertainya;
- D. Dokumentasi visual, berupa perekaman gambar dan suara sebagai elemen utama narasi visual.

Sementara itu, tahapan pelaksanaan kegiatan reportase dan penciptaan karya video feature meliputi:

- A. Praproduksi, meliputi observasi isu, penentuan fokus people trail, dan penyusunan pertanyaan wawancara;
- B. Produksi, berupa pelaksanaan wawancara reportase dan pengambilan gambar aktivitas narasumber;
- C. Pascaproduksi, berupa kurasi hasil wawancara, penyusunan alur cerita people trail, dan proses editing video;
- D. Evaluasi dan publikasi, berupa peninjauan karya bersama dosen pembimbing dan penayangan karya.

3. HASIL

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan melalui proses pendampingan berbasis people trail, yaitu penelusuran pengalaman, aktivitas, dan peran sosial komunitas penggemar K-Pop CARAT Bandung. Proses pendampingan dilakukan melalui teknik reportase jurnalistik yang melibatkan dialog, observasi, serta dokumentasi visual terhadap aktivitas komunitas.

Pada tahap awal, proses pendampingan difokuskan pada penggalian persepsi masyarakat terhadap fandom K-Pop yang selama ini kerap dilekatkan dengan stereotip negatif. Hal ini ditunjukkan melalui diskusi bersama psikolog sosial yang mengungkap bahwa prasangka terhadap fandom umumnya muncul akibat kurangnya pemahaman terhadap dinamika internal komunitas serta pengalaman sosial yang terbatas.

Pendampingan kemudian berlanjut dengan penelusuran aktivitas komunitas CARAT Bandung sebagai subjek utama. Dalam proses ini, pengelola komunitas dan anggota CARAT Bandung dilibatkan secara aktif untuk merefleksikan pengalaman mereka dalam menjalankan komunitas, membangun jejaring sosial, serta mengorganisasi berbagai kegiatan sosial yang telah dilakukan.

Hasil pendampingan menunjukkan bahwa CARAT Bandung tidak hanya berfungsi sebagai komunitas penggemar, tetapi juga sebagai wadah aksi sosial dan ekonomi kreatif. Berbagai kegiatan yang telah dilakukan antara lain:

1. Kegiatan solidaritas sosial yang terinspirasi dari nilai-nilai yang dibawa oleh grup SEVENTEEN, seperti donasi dan aksi kemanusiaan;
2. Aktivitas komunitas berbasis kebersamaan yang memperkuat ikatan emosional antaranggota;
3. Pengembangan identitas komunitas melalui produk kreatif dan aktivitas ekonomi berbasis fandom.

Pengelola komunitas berperan penting dalam menghimpun anggota dan mengoordinasikan kegiatan, sehingga komunitas dapat bergerak secara terstruktur. Dalam proses ini, terlihat adanya peran pemimpin lokal (*local leader*) yang mampu mengarahkan dan menjaga keberlangsungan komunitas.

4. DISKUSI

Pendekatan *feature human interest* dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini berfungsi sebagai media pendampingan sosial yang menempatkan pengalaman manusia sebagai pusat narasi. Melalui pendekatan ini, komunitas CARAT Bandung tidak hanya ditampilkan sebagai penggemar, tetapi sebagai subjek sosial yang memiliki pengalaman, relasi, serta kontribusi nyata di masyarakat.

Sejalan dengan Fachruddin (2012), *feature human interest* bertujuan mengungkap perjalanan hidup individu atau komunitas untuk menyoroti isu yang sering terabaikan. Dalam konteks ini, stereotip negatif terhadap fandom K-Pop yang selama ini dianggap fanatik dan tidak produktif (Munifah, 2024) dikontraskan dengan realitas aktivitas sosial CARAT Bandung yang muncul melalui proses pendampingan berbasis *people trail*.

Hasil pengabdian menunjukkan bahwa kesamaan minat terhadap SEVENTEEN menjadi pintu masuk terbentuknya relasi sosial, kedekatan emosional, serta rasa memiliki (*sense of belonging*). Relasi ini berkembang menjadi solidaritas komunitas yang mendorong keterlibatan dalam kegiatan sosial. Dengan demikian, pendekatan *human interest* tidak hanya

berfungsi sebagai teknik jurnalistik, tetapi juga sebagai sarana refleksi sosial yang mendorong perubahan cara pandang terhadap komunitas penggemar.

Dalam proses pengabdian ini, peran reporter tidak hanya sebatas penyampai informasi, tetapi juga sebagai fasilitator yang membuka ruang dialog dan refleksi bagi komunitas. Hakim (2021) menegaskan bahwa reporter berperan dalam proses pencarian, pengumpulan, serta pemilihan informasi dengan mempertimbangkan dampak sosial yang ditimbulkan.

Melalui teknik reportase dan people trail, penulis memfasilitasi komunitas CARAT Bandung untuk merefleksikan pengalaman personal dan kolektif mereka. Pendekatan ini memungkinkan komunitas menyadari bahwa aktivitas fandom dapat diarahkan pada kontribusi sosial yang lebih luas. Kehadiran psikolog sosial dan pengamat media digital juga berfungsi menjaga objektivitas serta memperkaya sudut pandang, sehingga proses pendampingan tidak hanya bersumber dari pengalaman penggemar semata.

Peran ini sejalan dengan pandangan Ariestyani (2023) bahwa reporter harus memilih fenomena yang layak diberitakan demi kepentingan publik. Dalam konteks pengabdian masyarakat, pemilihan CARAT Bandung sebagai subjek menegaskan bahwa komunitas ini memiliki nilai sosial yang layak diperlihatkan dan didiskusikan di ruang publik.

Hasil pengabdian menunjukkan adanya nilai dampak sosial (impact) yang kuat dalam aktivitas komunitas CARAT Bandung. Dampak tersebut tercermin melalui perubahan perilaku sosial, dari penggemar yang bersifat konsumtif menjadi komunitas yang aktif berkontribusi melalui kegiatan donasi dan aksi sosial. Kegiatan berbagi takjil pada tahun 2023 dan donasi ke panti asuhan pada tahun 2024 menjadi contoh konkret perubahan tersebut.

Selain itu, muncul pula pengembangan kreativitas berbasis potensi ekonomi melalui produksi merchandise dan sistem keanggotaan komunitas. Temuan ini menunjukkan bahwa fandom dapat menjadi ruang pengembangan ekonomi kreatif sekaligus memperkuat identitas komunitas.

Perubahan perilaku ini menguatkan pandangan bahwa figur publik memiliki pengaruh besar dalam membentuk nilai sosial penggemarnya. Konsistensi SEVENTEEN dalam kegiatan sosial turut menjadi faktor motivasi bagi CARAT untuk meniru tindakan positif tersebut. Dengan demikian, proses pengabdian ini memperlihatkan terbentuknya kesadaran baru bahwa fandom dapat berfungsi sebagai agen perubahan sosial.

Teknik reportase yang diterapkan dalam pengabdian ini mencakup riset, observasi, dan wawancara (Hakim, 2021), dengan wawancara sebagai teknik dominan. Riset awal melalui media sosial digunakan untuk memahami aktivitas komunitas, yang kemudian dikonfirmasi melalui observasi lapangan dan wawancara langsung.

Wawancara kelompok dan wawancara terpisah memungkinkan penulis menggali pengalaman serta pandangan dari berbagai sudut, baik dari anggota komunitas maupun narasumber profesional. Jenis pertanyaan terbuka dan pertanyaan beban (Sumadiria, 2006) membantu membangun kedalaman narasi sekaligus kedekatan emosional antara narasumber dan audiens.

Dalam konteks pengabdian masyarakat, teknik reportase ini berfungsi sebagai strategi pendampingan partisipatif, di mana komunitas tidak hanya menjadi objek dokumentasi, tetapi subjek aktif dalam proses refleksi dan transformasi sosial. Pendekatan ini mendukung terciptanya kesadaran kolektif, penguatan peran pemimpin lokal, serta keberlanjutan aksi sosial komunitas.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan tujuan dan hasil pelaksanaan pengabdian masyarakat yang diwujudkan melalui penciptaan video feature “*SEVENTEEN Menginspirasi, CARAT Berkontribusi*”, dapat disimpulkan bahwa pendekatan pendampingan berbasis people trail dan teknik reportase jurnalistik mampu menjadi sarana refleksi sosial bagi komunitas penggemar K-Pop, khususnya CARAT Bandung.

Proses pendampingan yang dilakukan melalui wawancara sebagai bagian dari teknik reportase memungkinkan anggota komunitas CARAT untuk mengungkapkan pengalaman, motivasi, serta makna keterlibatan mereka dalam berbagai aktivitas sosial. Temuan ini menunjukkan bahwa penggalan pengalaman personal secara naratif mampu menghadirkan realitas sosial yang tidak dapat diperoleh hanya melalui riset sekunder atau observasi semata. Dengan demikian, pendekatan ini berperan penting dalam memunculkan kesadaran kolektif komunitas terhadap potensi kontribusi sosial yang mereka miliki.

Pendampingan juga menunjukkan bahwa pembedaan pendekatan wawancara antara anggota komunitas dan narasumber profesional memberikan keseimbangan antara pengalaman subjektif dan pandangan objektif. Pengalaman emosional para penggemar memperkuat aspek human interest, sementara pandangan psikolog sosial dan pengamat media digital berfungsi sebagai validasi teoretis terhadap fenomena yang terjadi. Hal ini memperlihatkan bahwa proses pengabdian tidak hanya menghasilkan dokumentasi kegiatan, tetapi juga membangun pemahaman yang lebih utuh mengenai dinamika sosial fandom.

Secara keseluruhan, hasil pengabdian ini menunjukkan adanya perubahan cara pandang terhadap komunitas CARAT Bandung, dari sekadar penggemar menjadi komunitas sosial yang memiliki solidaritas, kepemimpinan lokal, serta kemampuan mengorganisasi aksi sosial. Video

feature yang dihasilkan tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai bentuk penguatan identitas komunitas dan apresiasi terhadap kontribusi fandom yang selama ini kurang mendapat perhatian publik. Temuan ini menegaskan bahwa fandom, dalam konteks ini CARAT Bandung, memiliki potensi besar sebagai agen perubahan sosial di lingkungan masyarakat.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dan berkontribusi dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat yang diwujudkan melalui penciptaan video feature "*SEVENTEEN Menginspirasi, CARAT Berkontribusi*".

Ucapan terima kasih disampaikan kepada komunitas CARAT Bandung dan pengelola komunitas @caratdeulbandung yang telah bersedia menjadi subjek pendampingan serta narasumber utama dalam kegiatan ini. Partisipasi, keterbukaan, dan kerja sama yang diberikan menjadi bagian penting dalam terselenggaranya proses pendampingan dan penciptaan karya ini.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada psikolog sosial dan pengamat media digital yang telah meluangkan waktu dan memberikan pandangan profesional, sehingga kegiatan pengabdian ini memperoleh penguatan dari sudut pandang keilmuan yang relevan.

Ucapan terima kasih turut disampaikan kepada dosen pembimbing dan pihak Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah memberikan arahan, masukan, serta dukungan selama proses perencanaan hingga pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini.

Selain itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung, termasuk tim produksi dan pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu, atas dukungan moral dan teknis yang diberikan sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik.

DAFTAR REFERENSI

- Amelia, R. R., Atmami, H., & Fitri, R. A. (2025). Analisis visual dan naratif iklan Marjan 2025: Studi pendekatan audience-centered design. *AKSA Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 9(1), 89–102. <http://aksa.stsrdivisi.ac.id>
- Aprina, F. H., Ashaf, A. F., & Windah, A. (2024). Aktivisme digital fandom K-Pop NCTzen sebagai wujud positif interaksi parasosial (Studi pada akun X @nctzenhumanity). *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial*, 8(1). <https://doi.org/10.30829/komunikologi.v8i1.19233>
- Ariestyani, K. (2023). *Buku ajar penulisan jurnalistik*. PT Rekacipta Proxy Media.
- Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. (2016). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*

- (KBBI). <https://kbbi.kemdikbud.go.id>
- Divia UNPAD TV. (2023). *Tentang Divia UNPAD TV* [Akun YouTube]. <https://www.youtube.com/@DiviaUnpadTV>
- Fachruddin, A. (2012). *Dasar-dasar produksi televisi*. Prenadamedia Group.
- Hakim, L. (2021). *Teknik reportase*. Kencana.
- Iskandar, D., Suryawati, I., & Lilyana. (2022). *Jurnalisme dasar*. Rajawali Pers.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture*. New York University Press.
- Kedoh, L. N. (2025). Implementasi prinsip jurnalistik dan kualitas reportase jurnalis kampus Universitas Nusa Nipa: Analisis kesenjangan teori–praktik. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 11(6C), 217–224.
- K-Pop Radar. (2024). *Global artist data: SEVENTEEN content distribution*. K-Pop Radar.
- Kristina, A. (2024). *Teknik wawancara dalam penelitian kualitatif*. Deepublish Digital.
- Kustiawan, W., Fitria, D., Hasibuan, W. A., Zahra, A., & Azmi, R. N. (2024). Teknik wawancara dan narasumber media cetak, radio, televisi dan media online. *Jurnal Pendidikan Integratif*, 5(4).
- Mujahid, M. W., Rahmawati, Y., & Setiawati, T. (2025). Building audience engagement through visual storytelling. *The Indonesian Journal of Social Studies*, 8(1), 1–11.
- Mulya, A., Muttaqin, N., Baskara, D. S., & Purwodani, D. L. (2025). Comparative effectiveness of narrative and informational content. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(3), 823–838.
- Munifah, N. (2024). Literature review: Prejudice terhadap K-popers di Indonesia. *SOUL: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 16(2).
- Munthe, J. K., & Luqman, Y. (2022). Peran reporter dalam produksi program acara “Berita Kampus”. *Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Muzammil, A., & Khoiruddin, S. R. (2021). Penulisan feature di media daring Radar Madura. *ANNABA: Jurnal Ilmu Jurnalistik*, 6(3), 267–288.
- Naimah, A. (2022). The use of video as a learning media. *Al-Ishlah: Jurnal Pendidikan*, 14(4), 6941–6950.
- Nasution, S. I. (2023). *Psikologi sosial*. Selat Media Partners.
- Qisti, R. P. A. (2021). Kebebasan berpendapat beralih ujaran kebencian kepada penggemar K-pop di Twitter. Dalam *Kongres Internasional Masyarakat Linguistik Indonesia*.
- Republik Indonesia. (2014). *Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta*.
- Sadewo, D. U., & Widyatama, R. (2024). Kepercayaan publik dalam iklan. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO*, 9(1), 136–150.
- Shoffa, S., et al. (2023). *Media pembelajaran*. CV Afasa Pustaka.
- Silfia, I., & Kurniawan, R. (2022). Stigma media terhadap fandom perempuan. *Jurnal Komunikasi*, 17(1), 1–16.
- Sudarsono, A. B. (2021). Analisis komunikasi budaya pemberitaan media massa. *Inter Komunika: Jurnal Komunikasi*, 6(1), 51–64.
- Sumadiria, A. S. H. (2006). *Bahasa jurnalistik*. Simbiosis Rekatama Media.
- Sutarti, T., & Astuti, W. (2021). Dampak media YouTube dalam proses pembelajaran. *Widya Aksara*, 26(1).
- UNESCO. (2024). *Youth empowerment projects supported by SEVENTEEN*. UNESCO.