

**INTERAKSI PARASOSIAL ANTARA PENGGEMAR  
DAN IDOLA BOYGROUP TREASURE  
PADA APLIKASI WEVERSE**



**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Strata (S1) Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh:

**AFINA NATHIFA PUTRI**

**NIM. 12040320227**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM**

**RIAU**

**2024**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Afina Nathifa Putri  
NIM : 12040320227  
Judul : Interaksi Parasosial Antara Penggemar Dan Idola Boygroup Treasure Pada Aplikasi Weverse

Telah dimunaqasyahkan pada Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari : Kamis  
Tanggal : 4 Juli 2024

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S.Ikom. pada Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 4 Juli 2024

Dekan,



Prof. Dr. Imron Rosidi, S.Pd, M.A  
NIP. 19811118 200901 1 006

#### Tim Penguji


Ketua/ Penguji I,

  
Dr. Toni Hartono, M.Si  
NIP. 19780605 200701 1 024

Sekretaris/ Penguji II,

  
Dewi Sukartik, M.Sc  
NIP. 19810914 202321 2 019

Penguji III,

  
Dr. Usman, M.I.Kom  
NIP. 19860526 202321 1 013

Penguji IV,

  
Mardiah Rubani, M.Si  
NIP. 19790302 200701 2 023



**INTERAKSI PARASOSIAL ANTARA PENGGEMAR DAN IDOLA  
BOYGROUP TREASURE PADA APLIKASI WEVERSE**

Disusun Oleh:

**AFINA NATHIFA PUTRI**

**12040320227**

Telah disetujui oleh pembimbing pada tanggal 10 juni 2024

**Pembimbing,**

**Rusyda Fauzana, M.Si**  
**NIP. 19840504 201903 2 011**

Mengetahui:

**Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,**

**Dr. Muhammad Badri, M.Si.**  
**NIP. 19810313 201101 1 004**

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA  
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
 جامعة السلطان شريف قاسم الاسلامية الحكومية رياو  
 STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
 Jl. H.R. Soebrantas No.155 KM.15 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293  
 PO.Box.1004 Telp. 0761-562051 Fax. 0761-562052 Web.www.uin-suska.ac.id, E-mail: rektor@uin-suska.ac.id

## LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Afina Nathifa Putri  
 Nim : 12040320227  
 Tempat/ Tanggal Lahir : Duri, 16 April 2002  
 Judul Skripsi : Interaksi Parasosial Antara Penggemar dan Idola Boygroup Treasure Pada Aplikasi Weverse

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa menulis skripsi ini berdasarkan dari hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri. Baik naskah laporan maupun kegiatan yang tercantum sebagai bagian dari skripsi ini. Jika terdapat dari karya orang lain, saya akan mencantumkan dengan sumber yang jelas.

Jika dalam pernyataan ini ada ketidakbenaran, maka saya menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh dengan karya tulis ini sesuai dengan peraturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau serta Undang-Undang yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Pekanbaru, 11 Juni 2024

Yang membuat pernyataan,



**Afina Nathifa Putri**

NIM. 12040320227

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan sumber.  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Pekanbaru, 11 Juni 2024



UIN SUSKA RIAU

No. : Nota Dinas  
Lampiran : 1 (satu) Eksemplar  
Hal : Pengajuan Sidang Sarjana

Kepada yang terhormat,  
**Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi**  
di-  
Tempat.

*Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.*

Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan, arahan, koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya terhadap skripsi Saudara:

Nama : Afina Nathifa Putri  
NIM : 12040320227  
Judul Skripsi : Interaksi Parasosial Antara Penggemar dan Idola Boygroup Treasure Pada Aplikasi Weverse

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk dimunaqasyahkan guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

Harapan kami semoga dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak, diucapkan terima kasih.

*Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.*

Pembimbing,

**Rusyda Fauzana, M.Si**  
NIP. 19840504 201903 2 011

Mengetahui :

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,

**Dr. Muhammad Badri, M.Si**  
NIP. 19810313 201101 1 004

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau  
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

## ABSTRAK

**Nama** : Afina Nathifa Putri  
**Jurusan** : Ilmu Komunikasi  
**Judul** : Interaksi Parasosial Antara Penggemar Dan Idola Boygroup Treasure Pada Aplikasi Weverse

Penelitian ini dilatar belakangi oleh kuatnya *Hallyu Wave* yaitu pengaruh budaya hiburan populer dari Korea Selatan atau dikenal dengan sebutan K-pop bagi kehidupan penggemar. Oleh karena itu, penelitian ini mengkaji mengenai interaksi parasosial antara penggemar dan idola boygroup Treasure pada aplikasi Weverse. Fokus dalam penelitian ini adalah bagaimana hubungan realitas yang terjadi antara penggemar dan idola boygroup Treasure yang terjadi pada aplikasi Weverse. Penelitian ini menggunakan teori Interaksi Parasosial. Stever menyatakan interaksi parasosial yaitu adanya respon audiens terhadap figur media seakan-akan figur tersebut benar-benar ada dan terdapat tiga bentuk interaksi parasosial yaitu *Task Attraction*, *Identification Attraction*, dan *Romantic Attraction*. Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif dengan pendekatan netnografi. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan observasi dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa terdapat interaksi parasosial penggemar yang terjadi pada aplikasi Weverse tepatnya pada ruang boygroup Treasure yang menciptakan hubungan realitas yang dekat bagi para penggemar terhadap idola boygroup Treasure walaupun hanya bersifat satu arah.

**Kata kunci:** Weverse, Interaksi Parasosial, Penggemar

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**ABSTRAK**

**Name** : Afina Nathifa Putri  
**Department** : Communication Sciences  
**Title** : *Parasocial Interaction Between Fans and Idol Boygroup Treasure on Weverse application*

*This research is attributed to the powerful of Hallyu Wave which is the influence of popular entertainment culture from South Korea for the lives of fans as known as K-pop. Therefore, this study examines the parasocial interaction between fans and boygroup Treasure idols on the Weverse application. The focus of this research is how the reality relationship between fans and boygroup Treasure occurs on the Weverse app. This study uses the theory of Parasocial Interaction. Stever stated that the parasocial interaction was an audience response to media figures as if they really existed and there were three forms of parasocial interaction which are Task Attraction, Identification Attraction, and Romantic Attraction. This study used a qualitative methodology with a netnographic approach. Datas collection in this study used observation and documentation. The results of this study explain that there is a fan parasocial interaction that occurs in the Weverse app, precisely in the Treasure boy group space, creating a close reality relationship for fans to the Treasure boy group idol even though it is only one-way.*

**Keywords:** *Weverse, Parasocial Interaction, Fans*



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil 'alamin, segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT. yang telah melimpahkan rahmat, taufik, karunia, serta hidayah-Nya yang luar biasa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Interaksi Parasosial Antara Penggemar Dan Idola Boygroup Treasure Pada Aplikasi Weverse”. Shalawat beserta salam juga senantiasa tercurah kepada Nabi besar Muhammad SAW yang telah membawa kita beranjak dari zaman kebodohan kepada zaman yang penuh ilmu pengetahuan seperti sekarang.

Penulisan skripsi ini merupakan hasil karya ilmiah yang penulis lakukan guna memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana strata 1 program studi Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Sebagai manusia yang tak lepas dari salah dan kekurangan, penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kesalahan dan kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis. Untuk itu, penulis sangat terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak demi penyempurnaan karya ini juga untuk diri penulis ke depannya.

Dengan rasa syukur yang mendalam, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberi bimbingan, nasihat, dukungan, dan doa kepada penulis selama masa perkuliahan hingga selesainya penulisan skripsi ini.

Pada kesempatan ini, dengan kerendahan hati penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Hairunnas Rajab, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Ibu Dr. Hj. Helmiati, M.Ag., selaku Wakil Rektor I, Bapak Dr. H. Mas'ud Zein, M.Pd., selaku Wakil Rektor II, dan Bapak Edi Erwan, S.Pt., M.Sc., Ph.D., selaku Wakil Rektor III.
2. Bapak Prof. Dr. Imron Rosidi S.pd., M.A selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Bapak Prof. Dr. Masduki, M.Ag selaku Wakil Dekan I, Bapak Dr. Muhammad Badri, SP.,



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### © Hak cipta milik UIN Suska Riau

- M.Si., selaku Plt Wakil Dekan II, dan Bapak Dr. Drs. H. Arwan, M.Ag selaku Wakil Dekan III.
3. Bapak Dr. Muhammad Badri, SP., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Bapak Artis S.Ag., M.I.Kom., selaku Sekretaris Jurusan Program Studi Komunikasi.
4. Bapak Dr. Drs. Nurdin, M.A, selaku Penasehat Akademik (PA) yang senantiasa memberikan arahan akademik perkuliahan.
5. Ibu Rusyda Fauzana, M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah sabar dalam memberikan arahan serta masukan kepada penulis untuk penulisan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi, khususnya seluruh dosen ilmu komunikasi yang telah memberikan ilmunya kepada penulis selama masa perkuliahan. Semoga ilmu yang diberikan kepada penulis menjadi pahala jariyah di hadapan Allah SWT.
7. Yang teristimewa penulis ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya untuk Almarhumah Mama Eici Norla tercinta yang telah melahirkan, membesarkan, mendo'akan, memberikan kasih sayang tiada henti dan selalu berada disisi penulis dimanapun dan kapanpun, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Semoga semua langkah yang penulis ambil bisa membuat mama bahagia disana.
8. Untuk kedua orangtua Ayahanda Deddi Marjoni dan Ibunda Syafrinawati, penulis ucapkan terima kasih yang tak terhingga. Terima kasih atas dukungan terbaik yang diberikan baik berupa materi, tenaga, semangat, dan do'a yang tak henti-hentinya mengalir untuk kebaikan penulis. Semoga ayah dan bunda selalu diberikan rezeki yang lancar, kesehatan, kebahagiaan, dan umur yang panjang untuk kebersamai langkah hidup penulis di masa depan.
9. Untuk saudara kandung penulis satu-satunya yaitu abang Adhiel Prasetya yang senantiasa memberikan do'a, semangat, dan motivasi yang besar dalam hidup penulis. Terimakasih telah memberikan sebagian waktu berharganya untuk memastikan penulis baik-baik saja.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

10. Sahabat dekat seperjuangan yang penulis temui dan kenal selama perkuliahan yaitu Cynthia Meisya Amyla, Devia Ulfasari, Iswatun Hasanah, Muti'ah, Rizka Aulia Trisna, Sarah Mutiara Cahyani, Sherly Permita, Silvia Sulastri, Vanissa Marzaita Saleh, terima kasih atas semua dukungan, nasehat, saran, pembelajaran berharga dan kesempatan berbagi cerita baik, suka maupun duka.
11. Sahabat yang sudah penulis anggap seperti keluarga yaitu Miftahurrahmah, Cut Khai, dan Rizky Alfiani yang selalu mendukung dan menghibur penulis dalam perkuliahan ini.
12. Teman-teman kelas Jurnalistik O yang menjadi rumah selama perkuliahan. Juga teman-teman lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
13. Untuk semua orang yang tidak dapat penulis ungkapkan satu persatu, terimakasih telah hadir untuk memberi semangat untuk penulis.
14. Terakhir kepada penulis skripsi ini, Afina Nathifa Putri. Terima kasih telah mampu bertahan sampai dititik ini. Apapun yang terjadi, *you did your best*, Fin!.

Pekanbaru, 10 Juni 2024

**AFINA NATHIFA PUTRI**  
**NIM. 12040320227**



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

© Hak cipta dilindungi undang-undang. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>ABSTRAK</b> .....	ii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	viii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	1
<b>1.2 Penegasan Istilah</b> .....	5
<b>1.3 Rumusan Masalah</b> .....	6
<b>1.4 Tujuan Penelitian</b> .....	6
<b>1.5 Kegunaan Penelitian</b> .....	6
<b>1.6 Sistematika Penulisan</b> .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	9
<b>2.1 Kajian Terdahulu</b> .....	9
<b>2.2 Landasan Teori</b> .....	13
<b>2.3 Kerangka Pemikiran</b> .....	19
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	20
<b>3.1 Desain Penelitian</b> .....	20
<b>3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian</b> .....	22
<b>3.3 Sumber Data Penelitian</b> .....	22
<b>3.4 Teknik Pengumpulan Data</b> .....	23
<b>3.5 Validitas Data</b> .....	24
<b>3.6 Teknik Analisis Data</b> .....	24
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM</b> .....	26
<b>4.1 Aplikasi Weverse</b> .....	26
<b>4.2 Gambaran Umum Boygroup Treasure</b> .....	28
<b>4.3 Ruang Boygroup Treasure pada Aplikasi Weverse</b> .....	30
<b>BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	32
<b>5.1 Hasil Penelitian</b> .....	32

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5.2	Pembahasan .....	44
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>		<b>57</b>
6.1	Kesimpulan .....	57
6.2	Saran.....	58
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>59</b>





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta dilindungi UIN Suska Riau  
 StreIslamia University of Sultan Syarif Kasim Riau

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran .....	19
Gambar 4. 1 Logo Weverse.....	26
Gambar 4. 2 Logo Boygroup Treasure.....	28
Gambar 4. 3 Ruang Treasure.....	30
Gambar 5. 1 Unggahan Haruto .....	34
Gambar 5. 2 Komentar Penggemar Pada Unggahan Haruto .....	35
Gambar 5. 3 Unggahan Asahi .....	36
Gambar 5. 4 Komentar Penggemar Pada Unggahan Asahi.....	37
Gambar 5. 5 Unggahan Doyoung.....	38
Gambar 5. 6 Komentar Penggemar Pada Unggahan Doyoung .....	39
Gambar 5. 7 Unggahan Park Jeongwoo .....	40
Gambar 5. 8 Komentar Penggemar Pada Unggahan Jeongwoo .....	41
Gambar 5. 9 Unggahan Junkyu .....	42
Gambar 5. 10 Komentar Penggemar Pada Unggahan Junkyu .....	43
Gambar 5. 11 Komentar Penggemar Task Attraction 1 .....	45
Gambar 5. 12 Komentar Penggemar Task Attraction 2 .....	46
Gambar 5. 13 Contoh Unggahan Asahi.....	48
Gambar 5. 14 Komentar Penggemar Identification Attraction 1 .....	48
Gambar 5. 15 Komentar Penggemar Identification Attraction 2 .....	49
Gambar 5. 16 Komentar Penggemar Identification Attraction 3 .....	50
Gambar 5. 17 Komentar Penggemar Romantic Attraction 1 .....	52
Gambar 5. 18 Komentar Penggemar Romantic Attraction 2 .....	53
Gambar 5. 19 Komentar Penggemar Romantic Attraction 3 .....	54

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

*Korean Wave* atau disebut dengan *Hallyu* ialah penyebaran lingkup hiburan seperti musik, drama, maupun *variety shows* yang dibalut rapi dalam budaya-budaya Korea. Dengan perkembangan zaman, *Korean Wave* berhasil menyebar hampir ke seluruh dunia. Indonesia menjadi satu dari banyaknya negara yang paling banyak menerapkan kebudayaan Korea. Penyebaran *Korean wave* berhasil membuat pecinta budaya Korea melakukan sesuatu yang dapat menciptakan perubahan dalam kehidupan sehari-hari, mulai dari gaya bicara, gaya bahasa, gaya dalam berpakaian, menggunakan produk *Korean skincare* dan *makeup*, hingga mencoba beragam makanan khas negeri gingseng tersebut.

Salah satu *Korean Wave* yang paling diminati adalah musik pop yang dikenal dengan sebutan Korean Pop. Korean Pop atau yang biasa disingkat dengan K-pop merupakan salah satu jenis musik yang populer hampir diseluruh dunia dengan memiliki karakteristik yang menarik. Mulai dari memadukan visual idol yang memukau, video musik yang berkualitas tinggi, penampilan yang *stylist*, hingga menggunakan *choreography* serentak yang nyaris sempurna dari para idol. Hal ini dinilai menjadi daya tarik tersendiri oleh para penggemar K-pop dari berbagai negara, salah satunya Indonesia. Di Indonesia, K-pop sangat berpengaruh dalam dunia hiburan, karena dapat dinikmati dari berbagai kalangan masyarakat terutama wanita, dimulai dari anak-anak, remaja, hingga dewasa. Seperti survei yang dilakukan oleh IDN Time pada tahun 2019 terhadap 580 penggemar K-pop di Indonesia, dinyatakan bahwa 40,7% penggemar K-Pop di Indonesia berasal dari kalangan berumur 20 hingga 25 tahun, 38,1% penggemar berusia 15 hingga 20 tahun, 11,9% penggemar berusia lebih dari 25 tahun dan persentase paling sedikit berasal dari penggemar usia 10 hingga 15 tahun yakni sebanyak 9,3%.



Dan penggemar K-pop di dominasi oleh wanita dengan 92,1% sedangkan pria hanya 7,9% (Triadanti, N. 2019). Dan menurut data lainnya yaitu dari Twitter Indonesia, pada tahun 2021 Indonesia berada di urutan paling atas dalam daftar negara dengan Tweet bertema K-Pop di Twitter (Tashandra, N. 2021).

Salah satu pemicu tersebar luasnya K-pop yaitu teknologi dan internet yang berkembang disetiap waktu, yang mana selalu memudahkan masyarakat untuk mengakses sesuatu kapanpun dan dimanapun. Besarnya konsumsi masyarakat terhadap perkembangan dunia digital menjadi salah satu peluang bagi perusahaan atau agensi K-pop untuk memperluas jangkauan artisnya dengan cara bergabung ke dalam beragam platform media online seperti Youtube, Instagram, Telegram, X dan lainnya. Dengan munculnya industri hiburan Korean Pop ini, penikmat tidak hanya dapat melihat idolanya dalam menampilkan keahliannya, akan tetapi juga dapat melihat bagaimana kehidupan sehari-hari idola yang secara langsung diunggah oleh sang idola tersebut. Oleh karena itu, masifnya penikmat Korean Pop menjadi salah satu penyebab munculnya interaksi parasosial, yang mana seluruh penggemar K-pop merasakan bahwa dirinya semakin dekat dengan idolanya. Termasuk foto, video ataupun tulisan-tulisan yang diunggah ke jejaring media sosial oleh para idol, menjadi daya tarik tersendiri bagi para penggemar.

Agensi K-pop juga memanfaatkan jejaring sosial untuk perluas ajang promosi album, lagu, serta variety show dan reality show yang dapat dinikmati kapan saja oleh para penggemar. Dari perizinan agensi, para idol juga diperbolehkan untuk menggunggah aktivitas terbarunya ke dalam media sosial, baik itu tentang dunia seni maupun kegiatan individualnya. Secara tidak langsung, hal tersebut membuat para penggemar tidak hanya dapat menyaksikan beragam kemampuan seni idol mereka, tetapi juga mengenal lebih dalam bagaimana mereka berkegiatan untuk kesehariannya.

Kemudian, dalam mendukung aktivitas idola, terdapat penggemar K-pop yang rela melakukan beragam hal untuk sang idola. Mulai dari penggemar yang secara khusus membuat lebih dari satu akun media sosial untuk

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



mendukung para idola dalam melancarkan *project* mereka seperti *vote* atau *streaming music video* sang idola. Bahkan beberapa penggemar K-pop juga ada yang berkomitmen untuk mengeluarkan banyak uang mereka dalam membeli produk-produk seperti *official merchandise* dan berlangganan akun premium dalam sebuah platform untuk mendengarkan lagu secara terus menerus agar jumlah *listener* bertambah, dengan begitu banyak aktivitas yang dilakukan penggemar, terdapat keterlibatan perasaan mereka yang secara tulus untuk mendukung idol mereka (Rinata & Dewi, 2019). Hal inilah yang biasa disebut dengan interaksi parasosial, dimana penggemar berkontribusi aktif dalam kehidupan dan kepribadian idolanya, hingga mereka merasa mengenal idol layaknya teman dekat.

Antusiasme interaksi yang dilakukan oleh para penggemar K-pop secara online kepada idola mereka ini, terdapat proses interaksi parasosial antara idol dan penggemar. Interaksi Parasosial atau *Parasocial Interaction* (PSI) adalah istilah yang berasal dari Horton dan Wohl untuk menggambarkan interaksi satu arah antara seseorang dengan tokoh media. Teori interaksi parasosial dikembangkan untuk menggambarkan serta menjelaskan hubungan dan interaksi sosial yang dilakukan seseorang terhadap tokoh media yang tidak bertatap muka secara langsung (Harvey, J.H., & Manusov, V., 2001). Stever juga menggambarkan interaksi parasosial yaitu respon seseorang terhadap figur media seakan benar-benar merasa dalam ruangan yang sama atau menepis jarak yang ada (Auliya & Qodariah, 2018).

Interaksi Parasosial ini pada umumnya terjadi kepada para penggemar yang secara aktif terlibat secara mental dalam kehidupan dan kepribadian untuk idola mereka, yang dari itu dapat terciptanya empati, kedekatan emosional, hingga motivasi yang berbeda-beda, sehingga penggemar merasa gembira dalam mengenal para idol seperti teman dekat.

Besarnya konsumsi penggemar K-pop dalam menggunakan jejaring sosial, maka besar pula keingintahuan para penggemar terhadap informasi terbaru perihal idola mereka. Berdasarkan hal tersebut, terdapat Aplikasi

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Weverse yang dirancang oleh perusahaan hiburan Korea Selatan yaitu Hybe Corporation dan dikembangkan oleh anak perusahaan Hybe, Weverse Company, yang resmi dirilis pada tahun 2019. Aplikasi ini dirancang khusus untuk para penggemar K-pop di seluruh negara agar bisa terhubung satu sama lain oleh para idola yang dapat memberikan informasi mengenai kegiatan kesehariannya (Putra & Febriana, 2022).

Mulanya, Aplikasi Weverse hanya digunakan oleh artis yang berada pada naungan perusahaan *Hybe Entertainment*, seperti group TXT, BTS, Enhypen, dan lainnya. Pada tahun 2021 *Hybe Entertainment* memutuskan untuk bekerja sama dengan *YG Plus* yang merupakan anak perusahaan dari agensi *YG Entertainment*. Oleh karena itu, beberapa artis terkenal yang berada dibawah naungan agensi *YG Entertainment* masuk ke dalam ruang Aplikasi Weverse salah satunya yaitu Treasure.

Pada tanggal 29 Maret 2021 boygroup cukup populer yang bernama Treasure bergabung pada Aplikasi Weverse untuk menyapa para penggemar. Dilansir dari situs berita Tirto, Treasure merupakan *Boy Group* asal Korea Selatan yang dibentuk oleh salah satu agensi besar yaitu *YG Entertainment*. Treasure memiliki sepuluh anggota yang bernama *Choi Hyunsuk* dan *Park Jihoon* sebagai leader, dan lainnya bernama *Kanemoto Yoshinori*, *Kim Junkyu*, *Yoon Jaehyuk*, *Hamada Asahi*, *Kim Doyoung*, *Watanabe Haruto*, *Park Jeongwoo*, dan *So Junghwan*. Treasure memulai karir mereka pada 7 Agustus 2020 dengan single album *The First Step: Chapter One* yang memiliki lagu utama berjudul *Boy* dan *b-side track* berjudul *Come to Me*. Di tahun yang sama, Treasure berhasil memperoleh penghargaan sebagai artis pendatang baru pria terbaik di *Mnet Asian Music Award* (Yonada, N. (2023).

Bergabungnya Treasure ke dalam ruang Weverse, memberikan dampak yang baik bagi para penggemar Treasure yang diberi nama *Treasure Maker* atau disingkat dengan Teume. Yang mana mereka merasa semakin dekat dengan idol mereka karena bisa mendapatkan informasi yang lebih mengenai Treasure.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Aplikasi Weverse di dukung dengan tiga bahasa bawaan yaitu Korea, Inggris, dan Jepang, yang nantinya dapat dipilih oleh penggemar sesuai kebutuhan. Kemudian aplikasi Weverse memiliki fitur-fitur unik, salah satunya fitur *posts* atau unggahan yang diciptakan untuk para penggemar agar dapat mengunggah sesuatu seperti kata-kata maupun foto sang idola yang memungkinkan mereka dapat berkesempatan untuk berkomunikasi secara verbal tulisan dengan idola mereka melalui kolom komentar. Fitur ini membuat interaksi parasosial semakin dirasakan oleh Treasure Maker kepada Treasure dikarenakan, terkadang personil Treasure memberikan komentar pada unggahan penggemar. Sehingga, Penggemar merasa adanya hubungan yang erat dengan anggota Treasure.

Dari pemaparan diatas, penulis tertarik mengambil Interaksi Parasosial dalam Aplikasi Weverse sebagai studi kasus penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti dapat mengamati langsung aktivitas penggemar Boygroup Treasure yaitu *Treasure Maker* (Teume) mengenai realitas hubungan penggemar dalam interaksi parasosial terhadap Boygroup Treasure pada Aplikasi Weverse. Terdapat beberapa penelitian sebelumnya yang mengkaji mengenai interaksi parasosial antara penggemar dan idol. Dan peneliti tertarik untuk mengangkat penelitian dengan judul **“Interaksi Parasosial Antara Penggemar Dan Idola Boygroup Treasure Pada Aplikasi Weverse”**.

## 1.2 Penegasan Istilah

### 1.2.1 Interaksi Parasosial

Interaksi parasosial merupakan interaksi yang terbentuk antara penggemar ke tokoh media melalui saluran yang dimediasi (Shoffner, L. K., 2019). Konsep interaksi parasosial pertama kali dikenalkan oleh Horton dan Wohl, observasi dasarnya adalah tokoh yang ada di media mengarahkan perilaku sosial dan komunikasi kepada khalayak sama seperti komunikasi interpersonal yang sebenarnya (Wardani & Kusuma, 2021). Interaksi parasosial menciptakan hubungan parasosial yakni

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



suatu reaksi penonton dengan tokoh media yang terjadi saat kedua belah pihak melakukan interaksi melalui paparan media.

### 1.2.2 Apikasi Weverse

Aplikasi Weverse dibuat oleh perusahaan hiburan Korea Selatan yaitu Hybe Corporation dan dikembangkan oleh anak perusahaan Hybe Weverse Company. Weverse resmi dirilis pada tahun 2019, yang dirancang khusus untuk para penggemar K-pop di seluruh negara agar bisa berinteraksi kepada idol dan sesama penggemar. Penggemar dapat memilih dan berkumpul berdasarkan ruang artis yang diminati, seperti Treasure, BlackPink, BTS, Winner dan lain sebagainya. Hingga saat ini terdapat lebih dari 100 artis yang bergabung pada aplikasi weverse.

## 1.3 Rumusan Masalah

Aplikasi Weverse menjadi media komunikasi bagi para penggemar untuk menjalin hubungan yang lebih dekat dengan idol K-pop. Oleh karena itu, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Bagaimana realitas hubungan parasosial antara penggemar boygroup Treasure dan Idola boygroup Treasure melalui aplikasi Weverse?

## 1.4 Tujuan Penelitian

Mengetahui bentuk realitas hubungan parasosial penggemar boygroup Treasure dan idola boygroup Treasure melalui aplikasi Weverse.

## 1.5 Kegunaan Penelitian

Adapun Kegunaan dari penelitian ini adalah:

1. Kegunaan Teoritis
  - a. Diharapkan dapat memberi kontribusi dalam lingkup ilmu komunikasi terutama pada bidang media sosial dan proses komunikasi yang terjadi dalam komunikasi virtual.
  - b. Diharapkan dapat dijadikan bahan tambahan atau rujukan untuk penelitian selanjutnya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Kegunaan Praktis
  - a. Membantu peneliti mengetahui bagaimana bentuk komunikasi antara idol dan fans dalam sebuah aplikasi media online.
  - b. Sebagai tambahan pengetahuan untuk peneliti selanjutnya yang ingin meneliti permasalahan yang serupa.
  - c. Membantu para penggemar K-pop untuk mengetahui gambaran bagaimana bentuk komunikasi penggemar dan idol dalam suatu aplikasi.
  - d. Untuk memenuhi syarat dalam penyelesaian studi strata satu untuk mendapatkan gelar Sarjana (S.I.kom) Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

## 1.6 Sistematika Penulisan

Penulisan ini ditulis dengan membagi pembahasan menjadi beberapa bagian. Hal ini bertujuan agar pembahasan menjadi lebih sistematis dan lebih mudah dibaca.

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisikan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penegasan istilah, dan sistematika penulisan.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisikan tentang kajian terdahulu, landasan teori, dan kerangka pemikiran.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini berisikan tentang pendekatan dan desain penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data penelitian, teknik pengumpulan data, validitas data, teknik analisis data.

### **BAB IV GAMBARAN UMUM**

Bab ini berisikan tentang gambaran umum lokasi penelitian.

### **BAB V PEMBAHASAN**

Bab ini berisikan tentang hasil dari penelitian serta analisis data penelitian. Hasil penelitian didapat dari observasi online yang selanjutnya akan dibahas kembali dalam pembahasan untuk menentukan hasil dari penelitian.

## **BAB VI PENUTUP**

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran bermanfaat dari hasil penelitian.

## **DAFTAR PUSTAKA**

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Kajian Terdahulu

Pada penelitian ini, penulis menggunakan beberapa penelitian terdahulu sebagai salah satu acuan dalam melakukan penelitian dan untuk menghindari duplikasi hasil penulisan. Berikut ini beberapa penelitian terdahulu yang pernah dilakukan diantaranya dapat lihat berikut:

1. Jurnal karya Desy Dwi Renita dan Istiqomah mengkaji Bentuk Interaksi Parasosial Pada Penggemar K-pop Melalui Media Sosial X. Penelitian ini dilihat dari fenomena perilaku penggemar terhadap idola mereka di media sosial, yang mengarah pada interaksi parasosial karena kemudahan media sosial membuat penggemar merasa memiliki kedekatan dengan idola mereka. Penelitian ini menggunakan metodologi deskriptif yang menggunakan wawancara dan observasi untuk mengumpulkan data. Hasil dari penelitian tersebut adalah menunjukkan bahwa semua informan aktif melakukan interaksi parasosial dengan idolanya yaitu NCT melalui media sosial X (Renita, D. D., Purwandari, D. A., & Istiqomah, 2024).
2. Jurnal Muhammad Rakha Rizky Pratama dan Septia Winduwati mengkaji *Aktivitas Interaksi Parasosial Penggemar Kepada Idola (Studi Deskriptif Kualitatif pada Wota dan Woti Penggemar JKT48 di Jabodetabek)* dengan menggunakan Pendekatan kualitatif dengan penelitian studi kasus. Informan yaitu tiga penggemar JKT 48, laki-laki dan perempuan, berusia 20-25 tahun, dan telah menjadi penggemar JKT48 selama lebih dari 2 tahun. Hasil penelitian yaitu Penggemar JKT48 baik Wota dan Woti mereka sama-sama menjadikan JKT48 sebagai pedoman mereka saat betingkah laku, mereka cenderung menggunakan media sosial Twitter dan Instagram untuk memberikan dukungan dan menyemangati idolanya (Rakha et al., 2021).



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Jurnal Arya Sanjaya Dharmaputra dan Wilma Laura Sahetapy mengkaji *Pengaruh Social Attractiveness Food Blogger Cece Kuliner Terhadap Purchase Intention Produk Kuliner di Surabaya Melalui Parasocial Interaction*, dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengukuran statistika deskriptif dan inferensial. Menggunakan Penelitian ini menggunakan metode penyebaran kuesioner kepada narasumber melalui Google Form. Hasil penelitian yaitu Parasocial interaction dapat memediasi dan memperkuat purchase intention atau minat beli para pengikut CeceKuliner atas produk kuliner di Surabaya yang secara tidak langsung dipengaruhi oleh social attractiveness CeceKuliner (Sanjaya et al., 2021).
4. Jurnal Masyitoh Febriatin Ningsih mengkaji *Pengaruh Korean Wave, Parasocial Relationship, Dan Brand Ambassador Terhadap Brand Loyalty* dengan menggunakan penelitian kuantitatif dengan jenis eksplanatori. Penelitian menggunakan teknik Unknown Population didapat minimal jumlah responden adalah 75 hingga 150, sehingga diambil 100 responden untuk penelitian ini. Hasil penelitian yaitu Parasocial relationship tidak dapat mendorong brand loyalty pengguna Shopee di Malang. Hal ini dikarenakan parasocial relationship merupakan salah satu bentukemosi yang membentuk konsumen irasional dan juga dikarenakan adanya pemutusan hubungan parasosial sehingga pengguna sulit untuk loyal (Ningsih & Brawijaya, 2022).
5. Jurnal Nur Jannah, Zainal Abidin, dan Made Panji Teguh Santoso mengkaji *Interaksi Parasosial Di Twitter dan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Penggemar Seventeen (Carat)*. Penelitian ini mengenai interaksi di media sosial antara para idola dan penggemar, agar para penggemar merasa terhubung dan memiliki kedekatan yang terkesan personal meskipun interaksi tersebut terjadi secara virtual dan hanya satu arah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode kuesioner. Sampel penelitian terdiri dari 100 remaja penggemar Seventeen dengan teknik pengambilan sampel probabilitas menggunakan



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

simple random sampling. Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat hubungan yang signifikan antara interaksi parasosial di Twitter dengan perilaku konsumen di kalangan remaja penggemar boy band Seventeen (Jannah et al., 2024).

6. Jurnal Kharisma Wulandari, Sugandi, dan Hairunnisa mengkaji *Interaksi Parasosial Dan Tingkat Loyalitas Konsumen Remaja Akhir Penggemar Korean Pop (K-Pop) Di Samarinda* dengan menggunakan teori interaksi parasosial dan teori perilaku konsumen dengan metode penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling dengan teknik wawancara informan yang sesuai dengan karakteristik yang telah ditetapkan oleh peneliti. Interaksi parasosial yang terjadi pada remaja akhir penggemar Korean Pop (K-Pop) di Samarinda melalui media sosial berada ditingkatkan kedua interaksi parasosial yaitu, intense personal feeling. Di tahap intense personal feeling para penggemar memiliki kedekatan hubungan yang lebih dalam dengan idola karena adanya keterlibatan dengan intensitas tinggi yang mana melalui media sosial membuat prnggemar dapat merasakan berbagai perasaan yang dirasakan oleh idola favorit (Wulandari, 2023).
7. Jurnal Ali Alamsyah Kusumadinata1 dan Sukmadara Arianti mengkaji *Hubungan Positif Interaksi Parasosial Penggemar Band Why Don't We Terhadap Pelajar*, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan metode survey, dengan Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada responden, wawancara dan observasi. Hasil dari penelitian ini Hubungan interaksi parasosial band Why Don't We dengan motivasi belajar menghasilkan nilai positif terhadap interaksi pelajar. Dan pelajar memperoleh keterampilan baru dan pengetahuan baru terhadap teknologi dan budaya (Kusumadinata & Arianti, 2023).
8. Jurnal Nurul Hidayatulloh mengkaji *Interaksi Parasosial Idol Nct Dalam Membangun Kedekatan Dengan Nctzen*, penelitian ini menggunakan konsep interaksi parasosial dan Computer Mediated Communication



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

(CMC). Metode yang digunakan yaitu kualitatif dengan pendekatan etnografi digital serta teknik yang digunakan yaitu observasi online yang dilakukan pada kegiatan interaksi parasosial pada Youtube NCT. peneliti menggunakan pendekatan studi kasus dengan paradigma konstruktivisme dan dibantu dengan teori interaksionisme simbolik. Hasil dari penelitian ini adalah para penggemar NCT merasa dengan adanya YouTube membuat mereka lebih dekat serta merasa terhibur atas konten-konten yang NCT berikan termasuk konten games nya, dan dengan adanya hubungan parasosial yang terjalin antara NCT dan NCTzen membuat konten Youtube NCT ini sering dinantikan oleh para penggemar (Hidayatulloh, 2023).

9. Jurnal dari Johanna Ruthllianie dan Diah Ayu Candraningrum, megkaji *Studi tentang Motivasi ARMY Jakarta dalam Membeli Merchandise Idola (Studi Kasus Kaos Uniqlo X BT21)*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, metode pengumpulan data yaitu dengan menggunakan sumber primer dan sumber sekunder. Sumber primer terdiri wawancara dan observasi. Sumber sekunder melalui studi kepustakaan yaitu kajian dari bahan dokumenter yang tertulis. Parasosial merupakan hubungan sepihak yang dirasakan penggemar terhadap idolanya. Semakin seseorang merasa lekat dengan idola mereka, maka akan timbul adanya keinginan untuk diakui sebagai seorang penggemar sejati. Hal tersebut yang mempengaruhi tingkat motivasi pembelian terhadap merchandise (Ruthllianie & Candraningrum, 2020).
10. Jurnal dari Pulung S. Perbawani dan Almara J. Nuralin *Hubungan Parasosial dan Perilaku Loyalitas Fans dalam Fandom KPop di Indonesia*. Penelitian ini mengkaji fandom sebagai sebuah fenomena ilmu komunikasi melalui perspektif interdisipliner, khususnya dalam kaitannya dengan disiplin psikologi komunikasi dan perilaku konsumen serta data yang diperoleh melalui survei eksplanatori. Hasil dari penelitian ini ditemukan hubungan yang signifikan antara parasosial



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dengan loyalitas fans. Hubungan tersebut ditemukan dari hasil uji korelasi yang menunjukkan adanya hubungan positif dari kedua variabel tersebut (Perbawani et al., 2021).

## 2.2 Landasan Teori

### 2.2.1 Interaksi Parasosial

Interaksi Parasosial atau disingkat dengan PSI (*Parasocial Interaction*) ialah istilah dari Horton dan Wohl yang merupakan sebuah hubungan yang terjalin antara audiens kepada tokoh media. Teori interaksi parasosial pertama kali diperkenalkan oleh Horton dan Wohl yaitu merupakan sebuah hubungan satu arah yang dibentuk oleh seseorang dengan “persona media”. Persona media ini biasa berupa karakter film, tokoh kartun, pembawa berita, host dalam talkshow, selebriti, artis dan lain sebagainya.

Interaksi parasosial mengacu pada reaksi pengguna media terhadap pelaku media sehingga pengguna media menganggap adanya percakapan atau interaksi yang intim, seperti adanya rasa memberi dan menerima ketika menonton pelaku media.

Horton dan Wohl memperluas defenisi parasosial yaitu interaksi parasosial merupakan perkembangan dari hubungan simbolik antara penonton dan tokoh media, artinya terdapat simbol atau makna saat terjadinya interaksi parasosial. Untuk menginterpretasikan makna dibutuhkan kedekatan terjalin yang terus terjadi secara berulang-ulang membentuk sebuah hubungan parasosial.

Interaksi Parasosial menurut Horton dan Wohl terbagi tiga aspek:

#### a) *Emphaty* (Empati)

Adanya ketertarikan kepada tokoh media pada televisi yang menumbuhkan perasaan empatik oleh pemirsa dalam interaksi parasosial



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### b) *Perceiverd Similarity* (Kesamaan)

Pemirsa yang melihat dirinya dengan tokoh media pada televisi memiliki kemiripan.

#### c) *Physical Atraction* (Ketertarikan Fisik)

Pemirsa cenderung menganggumi bentuk wajah atau visual para tokoh media (Dibble J.Y, Hartmann T, & Rosaen S.F, 2015).

Observasi dasar dari interaksi parasosial adalah tokoh yang ada di media mengarahkan perilaku sosial dan komunikasi kepada khalayak layaknya seperti komunikasi interpersonal yang sebenarnya. Hal itu dapat memberikan gambaran bagaimana para penggemar melakukan interaksi terhadap idolanya dalam suatu media. Dengan membangun kedekatan diri kepada idola, juga menjadi suatu bagian kebanggaan tersendiri bagi para penggemar. Kemudian, hal tersebut juga mampu membangun ikatan emosional penggemar dan idolanya (Amanda, 2022).

Menurut Stever, tidak semua interkasi menggunakan media ialah interaksi parasosial, karena setiap individu memiliki parasosial dalam memandang kehidupannya. Stever menggambarkan interaksi parasosial yaitu respon audiens terhadap figur media seakan benar-benar dalam ruangan yang sama atau menepis jarak yang ada. Stever juga menyatakan bahwa dalam interaksi parasosial terdapat tiga bentuk yaitu:

#### a) *Task attraction*

Merupakan bentuk daya tarik yang menunjukkan minat penggemar berdasarkan bakat dan keterampilan yang dimiliki oleh figur media favorit. Penggemar dengan tipe minat ini akan melihat idola mereka dari bidang pekerjaannya.

#### b) *Identification Attraction*



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Merupakan daya tarik yang dibangun oleh penggemar dengan adanya keinginan untuk menjadi seperti figur media favorit. Dapat juga berpikir bahwa sosok figur media favorit memiliki kemiripan dengannya sehingga penggemar ingin seperti idola tersebut. Dalam Identifikasi, penggemar dapat melihat dari sesuatu dari idola seperti, baik dalam sikap, perkataan, berpakaian, hingga sikap baik lainnya.

#### c) *Romantic attraction*

Merupakan minat penggemar yang menunjukkan pada penampilan visual, fisik atau potensi idola untuk menjadi pasangan. Mengacu pada minat membuat penggemar merasa seperti sedang menjalin hubungan dan merasa dekat dengan figur media favorit (Widiastuti et al., 2020).

Schramm dan Hartmann, juga menyebutkan bahwa interaksi parasosial dan interaksi personal memiliki kemiripan, saat idola muncul di media ia mengatur apa yang akan diucapkan hingga respon yang akan diberikan audiensnya sesuai dengan apa yang diinginkannya, audiens sendiri mungkin merasakan terkoneksi, dekat dan bersifat dua arah seperti interaksi interpersonal pada umumnya, tapi sebenarnya semuanya hanya semu.

Menurutnya, interaksi parasosial dapat dibagi lagi menjadi dua fenomena terkait yaitu, parakomunikasi (*paracommunication*) dan pemrosesan parasosial (*parasocial processes*). Parakomunikasi adalah perasaan penggemar untuk tetap berinteraksi dengan idolanya selama paparan media berlangsung meskipun penggemar menyadari bahwa interaksi tersebut hanyalah ilusi dan sudah diatur sedemikian rupa oleh idola.

Sedangkan interaksi parasosial dalam pemrosesan parasosial dapat dipahami lebih luas, Hartmann beranggapan bahwa proses parasosial mencakup seluruh tanggapan yang diberikan oleh

penggemar, tidak melihat apakah penggemar mengetahui atau tidak mengenai idolanya yang mengatur interaksi tersebut. Dengan demikian, proses parasosial masih dapat terjadi saat penggemar tidak melakukan interaksi dengan idola karena penggemar dapat memberi respon kepada idola dengan berbagai cara (Rakha et al., 2021).

### 2.2.2 Media Sosial

Menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mengemukakan bahwa sejatinya media sosial didefinisikan sebagai suatu kumpulan aplikasi yang didasari atau berbasis jaringan internet serta membangun di atas dasar ideologi maupun teknologi Web 2.0 dan juga memberikan kemungkinan terciptanya dan adanya pertukaran suatu konten. Media sosial tersebut kemudian akan terbentuk menjadi sebuah situs web di mana di dalamnya akan memungkinkan seseorang untuk dapat saling terhubung dan berbagi informasi tanpa harus memikirkan adanya batasan jarak, ruang dan juga waktu (Rafiq, 2020).

Media sosial memiliki beberapa karakteristik yang tidak dimiliki oleh beberapa jenis media lainnya. Berikut beberapa karakteristik media sosial yaitu:

1. Jaringan, media sosial terbangun dari struktur sosial yang terbentuk dalam jaringan atau internet. Karakter media sosial adalah membentuk jaringan diantara penggunanya sehingga kehadiran media sosial memberikan media bagi pengguna untuk terhubung secara mekanisme teknologi
2. Informasi, informasi menjadi hal yang penting dari media sosial karena dalam media sosial terdapat aktifitas memproduksi konten hingga interaksi yang berdasarkan informasi

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Arsip, bagi pengguna media sosial arsip merupakan sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa diakses kapanpun dan melalui perangkat apapun.
4. Interaksi, Karakter dasar dari media sosial adalah terbentuknya jaringan antar pengguna. Fungsinya tidak sekedar memperluas hubungan pertemanan maupun memperbanyak pengikut di internet. Bentuk sederhana yang terjadi di media sosial dapat berupa memberi komentar dan lain sebagainya.
5. Simulasi Sosial. Media sosial memiliki karakter sebagai media berlangsungnya masyarakat di dunia virtual (maya). Ibarat sebuah Negara, media sosial juga memiliki aturan dan etika bagi para penggunanya. Interaksi yang terjadi di media sosial mampu menggambarkan realitas yang terjadi akan tetapi interaksi yang terjadi adalah simulasi yang terkadang berbeda sama sekali.
6. Penyebaran. Penyebaran adalah karakter lain dari media sosial, tidak hanya menghasilkan dan mengonsumsi konten tetapi juga aktif menyebarkan sekaligus mengembangkan konten oleh penggunanya (Mayasari, 2022).

### 2.2.3 Aplikasi Weverse

Weverse adalah sebuah aplikasi online yang dapat diakses secara gratis dan menjadi platform resmi untuk para artis-artis internasional khususnya artis K-Pop yang digunakan untuk berkomunikasi dengan para penggemar di seluruh dunia. Aplikasi Weverse sendiri mengarah ke jenis media sosial dikarenakan memiliki fitur berbagi tulisan, gambar, aktivitas, dan bahkan bisa melakukan siaran langsung bagi para artis untuk sekedar menyapa dan berbincang dengan para penggemarnya (Layli Hirwiza & Hamzah Lubis, 2023).

Berbeda dengan media sosial lainnya seperti X, Instagram, dan TikTok, Weverse merupakan aplikasi yang ditujukan untuk

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menampung konten-konten artis dan mempersilahkan penggemar dan artis untuk mengunggah tulisan, foto, hingga video yang dapat dikomentari dan disukai oleh sesama penggemar dan artis. Tidak hanya itu, dalam aplikasi ini juga tercipta hubungan dari sesama penggemar melalui fitur *cheer* untuk menyukai unggahan atau komentar sesama penggemar. Para penggemar juga terhubung dalam bentuk dukungan. Dukungan tersebut berupa kalimat-kalimat motivasi yang dikirimkan melalui kolom komentar kepada sesama penggemar ataupun idol yang terlihat sedang mengalami kesulitan. Komentar tersebut diberikan, karena adanya stimulus unggahan teks mengenai kondisi atau perasaan tersebut. Dengan adanya kerja sama antar penggemar kepada idolanya, dapat memberikan hubungan baik antar satu sama lain.

#### 2.2.4 Hallyu Wave

Hallyu Wave merupakan sebuah istilah yang diberikan untuk budaya hiburan yang populer dari Korea Selatan yang tersebar secara global di berbagai negara. Pengaruh globalisasi dan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi membantu hiburan ini menyebar begitu pesat, yang menjadikan pengaruh budaya populer ini semakin tersebar dan dikenal secara luas.

Produk dalam budaya populer korea bisa dilihat dari dunia perfilman, drama, variety show, hingga produk yang cukup berhasil menarik perhatian masyarakat terutama anak muda adalah musik khususnya yaitu Korean Pop atau dikenal dengan K-Pop yang merupakan jenis aliran atau tipe musik dari Korea Selatan yang dilakukan oleh sekumpulan personal group laki-laki maupun perempuan, yang memiliki ciri khas lagu dengan tempo cepat dan menggunakan lirik bahasa Korea dan dikombinasi dengan sedikit bahasa Inggris serta diiringi tarian modern (Mineri & Purnomo, 2023).

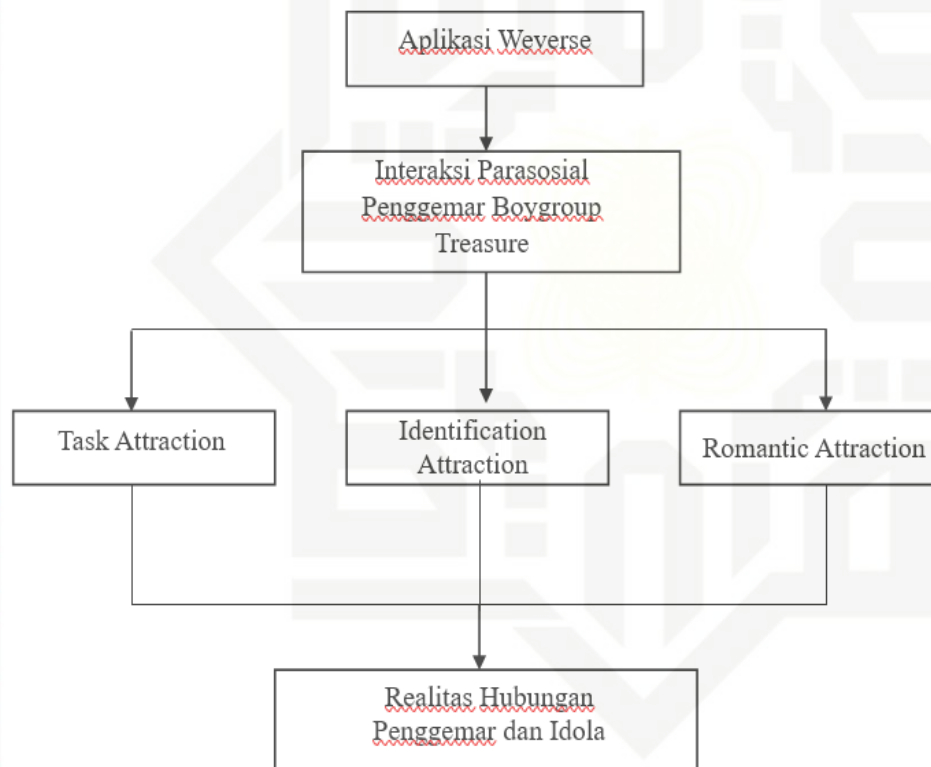
## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### 2.3 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan landasan teori di atas, cara untuk mengetahui arah dari konsep penelitian ini, maka disajikan kerangka pikir yang berisikan hal dasar penulis dalam melaksanakan penelitian. Kerangka pikir memudahkan penulis dalam menemukan jawaban dalam permasalahan yang telah dirumuskan dan perlu dijabarkan secara detail dalam konsep teoritis agar mudah dipahami.

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran



Sumber: Hasil Olahan Penelitian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB III METODOLOGI PENELITIAN

### 3.1 Desain Penelitian

Penelitian yang berjudul “Interaksi Parasosial Antara Penggemar Dan Idola Boygroup Treasure Pada Aplikasi Weverse” ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan penelitian netnografi yang memfokuskan pengamatan pada Aplikasi Weverse.

Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang bersifat interpretatif yang mengandalkan kata-kata yang tertulis atau lisan dari seseorang yang diamati serta melibatkan banyak metode dalam menelaah masalah penelitian (Mulyana, Deddy & Solatun. 2008).

Pendekatan yang digunakan adalah netnografi yaitu turunan dari etnografi. Etnografi digunakan peneliti untuk menangkap makna sosial dan aktivitas sosial dimana peneliti terlibat langsung untuk merekam dinamika perilaku Masyarakat (Abidin & Rachma, 2018). Etnografi berfokus pada pandangan peneliti yang mengkaji peristiwa budaya dan di desain untuk diinterpretasikan (Hasanah, H., & Sukmawan, S. 2021).

Dalam perkembangannya, pola-pola nilai budaya atas sebuah kelompok banyak terjadi dalam media sosial, komunitas berbasis pada internet. Etnografi internet ini dikenal sebagai netnografi yang berasal dari kata internet (internetconnection network) dan etnografi. Oleh karena itu, netnografi dapat disebut sebagai pendekatan kualitatif yang menekankan internet sebagai metode pengumpulan data. Cara kerja netnografi mirip dengan etnografi, yaitu peneliti melibatkan langsung pada riset dengan cara melakukan observasi atau bahkan dengan melibatkan diri dalam komunitas media sosial.

Robert Kozinets menjelaskan sumber data netnografi dan etnografi memiliki perbedaan. Data netnografi diperoleh dari interaksi yang



dimediasikan oleh komputer yang tercipta melalui pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi. Ia menegaskan data dapat diperoleh dengan observasi online atau mengunduh semua data interaksi yang terjadi dalam komunitas online (Waruwu & Vera, 2020). Pada penelitian ini, peneliti akan melakukan penelitian netnografi secara virtual dengan menggunakan media sosial Weverse untuk mengetahui bagaimana interaksi parasosial penggemar kepada idolanya yang terjadi dalam ruang Boygroup Treasure pada aplikasi Weverse. Penelitian netnografi terdiri dari beberapa tahapan:

1. Inisiasi  
Penelitian netnografi dimulai dari tahapan menentukan tujuan dan fokus penelitian.
2. Investigasi  
Peneliti meneliti data berupa percakapan dimedia sosial atas suatu topik. Tahap investigasi adalah tahap dimana peneliti mencari, menyeleksi, dan kemudian menyimpan data untuk diteliti.
3. Interaksi  
Interaksi dengan subyek dan objek yang diteliti juga dilakukan dalam penelitian netnografi. Bentuk interaksi dalam penelitian netnografi berbeda dengan etnografi, hal ini karena objek studi netnografi adalah berupa data data yang ada pada internet.
4. Imersi  
Ciri penting dalam netnografi adalah menceburkan diri dengan orang atau komunitas yang diteliti. Tujuannya agar peneliti merasakan secara langsung dan melihat dari perspektif komunitas yang diteliti.
5. Integrasi  
Integrasi adalah tahap analisis dan interpretasi data. Pada penelitian netnografi, analisis pada dasarnya adalah mengintegrasikan semua data yang di peroleh pada saat tahap pengumpulan data. peneliti juga menggabungkan investigasi, interaksi, dan hasil imersi

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 6. Inkarnasi

Tahapan terakhir dalam penelitian netnografi adalah mengkomunikasikan hasil penelitian (Eriyanto, 2021).

### 3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

#### 1. Lokasi

Lokasi penelitian akan dilakukan pada aplikasi Weverse dalam ruang boygroup Treasure.

#### 2. Waktu penelitian

Waktu penelitian akan dilaksanakan selama dua bulan, mulai dari bulan Maret hingga Mei 2024

### 3.3 Sumber Data Penelitian

Sumber data pada penelitian ini dibagi menjadi dua jenis, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder

#### 1. Sumber Data Primer

Data yang dikumpulkan melalui observasi terkait dengan tujuan dari peneliti untuk mendapatkan hasil dan jawaban yang lebih efektif dan jelas. Data Primer ini dapat berupa kalimat-kalimat, dan tulisan. Dalam pengumpulan data ini peneliti akan melakukan pengamatan sehingga data tersebut dapat terkumpul dengan baik sesuai dengan yang diinginkan (Rachmawati, 2022). Adapun sumber data peneliti adalah 5 unggahan Treasure yang memiliki jumlah komentar terbanyak pada bulan Maret hingga Mei 2024.

#### 2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung serta dapat menggunakan perantara media. Data sekunder biasanya berbentuk catatan atau data dokumentasi oleh lembaga tertentu (Ruslan, Rosady, 2003). Sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah dokumen dan referensi yang sesuai.



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini peneliti menggunakan pengumpulan data berupa:

#### 1. Observasi

Observasi sebagai aktivitas mencatat suatu gejala dengan bantuan instrumen-instrumen dan merekamnya dengan tujuan ilmiah atau tujuan lainnya. Observasi juga dapat diartikan gabungan kesan tentang dunia sekitar berdasarkan semua kemampuan daya tangkap panca indera manusia, sedangkan, netnografi ialah studi yang berfokus pada pengetahuan dalam dunia maya, dimana orang berkomunikasi satu dengan yang lainnya, serta mampu membentuk sistem budaya dan sosial sendiri. Oleh karena itu, metode netnografi didasarkan pada studi observasional, yang mana peneliti bergabung dengan komunitas virtual secara aktif.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik observasi online, yang mana peneliti melakukan pengamatan terhadap unggahan kegiatan idola boygroup Treasure yang dilakukan pada aplikasi Weverse tepatnya ruang boygroup Treasure.

#### 2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan pendukung berupa foto atau gambar. Dimana dokumentasi ini didapatkan setelah melakukan observasi. Dokumentasi diperlukan agar hasil penelitian dapat dipercaya apabila didukung oleh beragam foto (Sutrimo, W. F., & Muafa, I. W. 2024). Dalam penelitian ini, dokumentasi yang dimaksud berasal dari komentar-komentar penggemar dalam unggahan idola boygroup Treasure dalam aplikasi Weverse.



### 3.5 Validitas Data

Penelitian kualitatif harus mengungkap kebenaran yang objektif. Makadari itu, validitas data merupakan suatu ketepatan dalam mengukur sesuatu atau secara khusus mengukur data penelitian.

Dalam penelitian ini, validitas data yang digunakan adalah teknik triangulasi, yaitu teknik yang digunakan dalam pengujian kredibilitas yang diartikan sebagai pengecekan data dari beragam sumber dengan berbagai tahapan waktu. Oleh karena itu, penelitian ini menguji validitas data dengan cara menggali kebenaran informasi tertentu menggunakan sumber data.

### 3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah teknik dalam mencari, menyusun dan memeriksa kembali data yang diperoleh secara sistematis sehingga dapat dipahami dan dapat diinformasikan kepada orang lain. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik analisis penelitian kualitatif model Miles dan Huberman untuk menganalisis data.

Menurut Miles & Huberman, analisis terdiri dari tiga alur yaitu:

#### 1. Reduksi data

Analisis data yang menjamin, menggolongkan, dan mengorganisasi dengan cara sedemikian sehingga kesimpulan dapat ditarik. Data yang diperoleh dengan jumlah yang cukup banyak, perlu dicatat secara teliti dan rinci. Semakin lama peneliti dalam meneliti, maka data yang didapatkan akan semakin banyak. Untuk itu perlu segera dilakukan analisis data melalui reduksi data. Mereduksi data berarti merangkum hal-hal yang pokok memfokuskan pada sesuatu yang dianggap penting. Proses ini berlangsung terus menerus selama penelitian berlangsung, bahkan sebelum data benar-benar terkumpul sebagaimana terlihat dari kerangka konseptual penelitian, permasalahan studi, dan pendekatan pengumpulan data yang dipilih peneliti.

## 2. Penyajian data

Dalam penelitian kualitatif dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, grafik, bagan, hubungan antara kategori flowchart dan sejenisnya. Semuanya dirancang guna menggabungkan informasi yang tersusun dalam suatu bentuk yang padu dan mudah diraih. Dengan demikian peneliti dapat melihat apa yang sedang terjadi, dan menentukan apakah menarik kesimpulan yang benar atautkah terus melangkah melakukan analisis yang menurut saran yang dikisahkan oleh penyajian sebagai sesuatu yang mungkin berguna.

## 3. Penarikan kesimpulan

Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali mengumpulkan data ke lapangan, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel (Hengky, 2018).

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

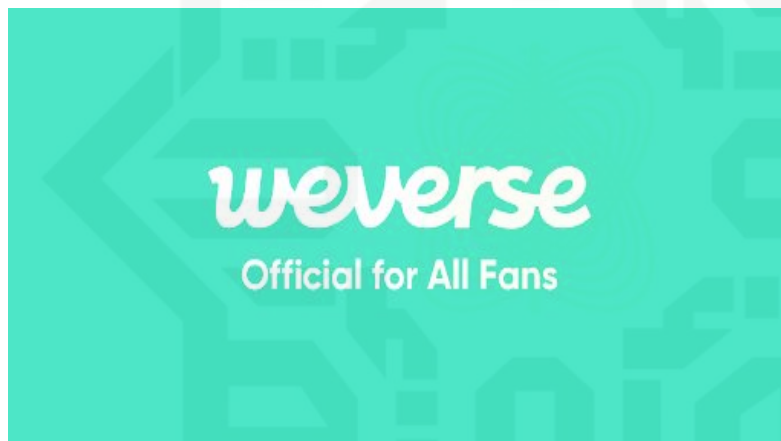
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB IV GAMBARAN UMUM

### 4.1 Aplikasi Weverse

Weverse merupakan sebuah *social networking application* yang diluncurkan oleh Hybe Entertainment yakni weverse company dengan bantuan perusahaan Ben X (anak usaha Hybe) pada Juni 2019, yang bertujuan untuk menghubungkan artis dengan penggemarnya secara langsung melalui unggahan artis tersebut.

Gambar 4. 1 Logo Weverse



Sumber: wikipedia

Dalam aplikasi ini, terdapat beragam fitur yang mendukung penggemar untuk berinteraksi kepada idol mereka. Salah satunya penggemar dengan bebas mengunggah tulisan, foto, hingga video. Di beberapa kesempatan, para artis juga memberikan komentar secara langsung pada unggahan yang sudah di bagikan oleh penggemar. Tentunya, hal tersebut juga berlaku kepada artis, mereka dapat mengunggah konten seperti tulisan, foto, hingga video. Dan para artis juga diberikan arahan untuk menjalankan akunnya sendiri.

Pada tahun 2021 Hybe Entertainment resmi bekerjasama dengan YG Entertainment dalam beberapa hal, salah satunya mengikutsertakan artis-artis



dari agensi YG Entertainment untuk berpartisipasi ke dalam Weverse agar penggemar dan idol lebih mudah untuk bertukar informasi. Dan artis pertama dari YG Entertaimet yang ikut serta ke dalam ruang aplikasi Weverse adalah boygroup dengan nama Treasure, yang kemudian disusul dengan artis YG lainnya seperti Winner, AKMU, Blackpink, dan lain-lain.

Untuk saat ini, Hybe sudah bekerja sama dengan beragam agensi untuk mengembangkan aplikasi weverse tersebut. Sekarang, aplikasi Weverse sudah memiliki lebih dari 100 artis mulai dari group, soloist, hingga *actor actress* yang secara aktif bergabung pada aplikasi tersebut seperti, Bang Yedam, Boy Next Door, Riize, Nct Dream, dan lain sebagainya.

Terapat kurang lebih terdapat 10 fitur yang terdapat dalam aplikasi Weverse, yaitu:

1. Penggemar dapat menonton siaran langsung aktivitas idola.
2. Penggemar dapat menikmati ulang tayangan *live streaming* yang sudah selesai diunggah.
3. Mendapatkan pengumuman atau notifikasi resmi dalam unggahan langsung dari idola pada setiap komunitas atau ruang yang diikuti.
4. Terdapat filter bahasa untuk menyaring unggahan penggemar dari berbagai negara di dunia.
5. Penggemar dapat berkomentar yang tujuannya untuk dibaca oleh artis. Atau penggemar juga dapat menyembunyikan unggahan dari idola.
6. Artis dapat membuat *secret post* atau unggahan rahasia dengan menggunakan kata sandi yang perlu ditebak oleh penggemar dan dapat mengatur jumlah penggemar yang dapat berkomentar pada unggahan rahasia tersebut.
7. Penggemar dapat melihat unggahan dan mendapatkan komentar dari idola langsung.
8. Filter notifikasi berdasarkan komunitas atau ruang artis yang kamu ikuti.
9. Mengatur atau mengikuti komunitas atau ruang artis sesuai selera penggemar.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

10. Terkoneksi dengan Weverse Magazine untuk update seputar idol favorit.

Dan tersedia fitur terbaru yaitu, Weverse merilis fitur DM (*Direct Message*) untuk artis yang memungkinkan penggemar berlangganan dan berkirim pesan dengan idola. Tetapi, fitur baru ini masih terbatas pada beberapa idola atau artis. Berbagai fitur pun dapat diakses tanpa harus *apply membership*, termasuk berinteraksi dengan idola melalui *secret post* atau komentar unggahan (Rifan, 2021).

#### 4.2 Gambaran Umum Boygroup Treasure

Gambar 4. 2 Logo Boygroup Treasure



Sumber: Wikipedia

Treasure adalah Boygroup asal Korea Selatan yang dibentuk melalui acara survival YG Treasure Box yang diselenggarakan oleh agensi ternama yaitu *YG Entertainmet*. Sebelum debut, Treasure dikenal dengan nama TREASURE13 yang beranggotakan 13 orang. Tetapi, setelah melalui banyak kesepakatan, boygroup ini debut pada 7 Agustus 2020 yang beranggotakan 12 orang dengan menggunakan nama Treasure. Dan memilih nama Treasure Maker yang berarti pembuat harta karun sebagai nama fandom atau kumpulan penggemar mereka.

Pada 8 November 2022 *YG Entertainment* dengan resmi mengeluarkan pernyataan bahwa anggota yang bernama Takata

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Mashiho dan Bang Yedam resmi meninggalkan group Treasure dengan alasan kesehatan bagi Mashiho dan ingin belajar lebih dalam mengenai musik bagi Yedam. Hingga saat ini, Boygroup Treasure aktif berkarir dengan berjumlah 10 orang anggota, yaitu Choi Hyunsuk, Park Jihoon, Kanemoto Yoshinori, Kim Junkyu, Yoon Jaehyuk, Hamada Asahi, Kim Doyoung, Watanabe Haruto, Park Jeongwoo, dan So Junghwan (Elmy, 2023).

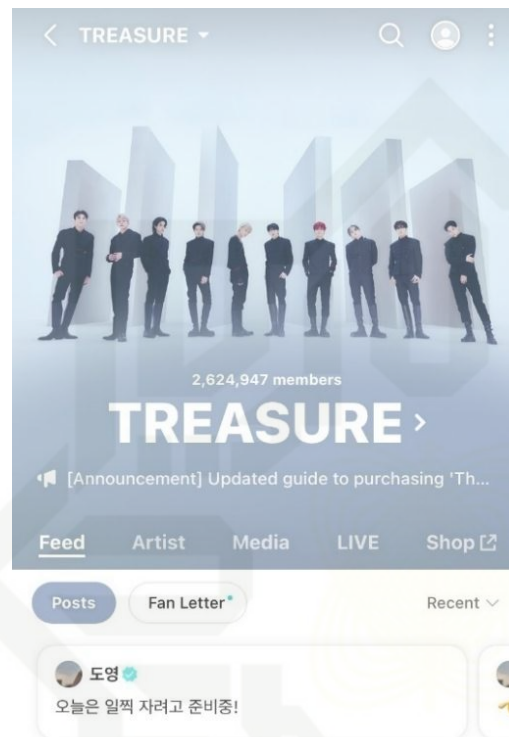
Treasure debut dengan single album *The First Step: Chapter One* yang merupakan bagian pertama dari empat album yang terjual lebih dari satu juta kopi dalam lima bulan. Bermula dari rilis single pertamanya, TREASURE sudah banyak meraih penghargaan. Berikut beberapa daftar penghargaan yang diraih oleh boygroup Treasure

1. APAN Music Award (2020)  
Dengan 2 kategori: New Wave Award (Male) dan Rookie of the Year (Male)
2. Brand Customer Loyalty Award (2021)  
Dengan kategori Best Male Rookie Award
3. Brand of the Year Award (2021)  
Dengan kategori Rookie Male Idol
4. Golden Disk Award (2021)  
Kategori Rookie Artist of the Year
5. Joox Thailand Music Award (2021)  
Dengan Kategori Favorite K-pop Rookie Group of 2020 Best Male idol
6. Mnet Asian Music Award (2021)  
Kategori Worldwide Fans Choice Top 10
7. The Fact Music Award (2022)  
Dengan kategori artist of the Year
8. Asian Artist Awards (2022)  
Dengan kategori Best Musician Award
9. Seoul Music Awards (2022)  
Dengan kategori Rookie of the Year
10. MAMA Award (2023)

Dengan Kategori Galaxy Neo Flip Artist (Amien, 2023).

### 4.3 Ruang Boygroup Treasure pada Aplikasi Weverse

Gambar 4. 3 Ruang Treasure



Sumber: Weverse

Secara resmi pada tanggal 20 Maret 2021 boygroup Treasure merupakan artis pertama dari agensi YG Entertainment yang bergabung ke dalam platform Weverse untuk menyapa para penggemar. terdapat penggemar Treasure atau disebut dengan Treasure Maker berjumlah kurang lebih dua juta telah bergabung dalam aplikasi ini.

Dalam masing-masing ruang artis pada weverse ini memiliki beragam fitur yang menarik, yang mana dalam aplikasi ini, masing-masing artis dapat berbagi informasi kegiatan keseharian mereka dengan penggemar mulai dari mengirim pesan, mengunggah tulisan, foto, video, hingga konten-konten yang telah disiapkan oleh agensi masing-masing. Dalam ruang Treasure ini, masing-masing anggota Treasure dan penggemarnya dapat mengunggah

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sesuatu yang diinginkan. Pada setiap unggahan, penggemar dapat memberikan reaksi kepada unggahan Treasure tersebut dengan cara berkomentar dan menyukai unggahan yang biasa disebut dengan *cheer*.

Hingga saat ini, terdapat dua juta lebih penggemar Treasure telah bergabung kedalam ruang Treasure, untuk memberikan dukungan kepada Treasure dalam bentuk tulisan, foto, hingga video. Dukungan positif yang belum tentu terbalaskan oleh Treasure ini, tidak membuat penggemar Treasure atau disebut Teume ini berhenti memberikan kalimat baik yang membuat mereka merasa dekat dengan Treasure.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





## BAB VI PENUTUP

### 6.1 Kesimpulan

Penelitian ini menyajikan interaksi parasosial antara penggemar boygroup Treasure terhadap boygroup Treasure yang terdapat dalam aplikasi Weverse. Yang mana, peran aplikasi ini menyajikan beragam informasi dan data mengenai kehidupan para idola sehingga para penggemar dapat dengan mudah mengakses dan berinteraksi secara tidak langsung dengan idolanya. Dan interaksi yang terjadi antara penggemar dan idola boygroup Treasure ini bersifat *one-way* atau tanpa timbal balik. Hasil penelitian ini, penulis mengambil dari observasi online dengan memilih 5 konten dengan komentar terbanyak dalam 2024. Kemudian komentar-komentar penggemar tersebut dikaitkan dengan teori interaksi parasosial.

Disebut interaksi parasosial, menurut Stever defenisi interaksi parasosial adalah hubungan yang terjadi satu arah antara seseorang dengan yang statusnya lebih tinggi, dalam artian tokoh media. Hubungan ini bersifat satu arah yang dikendalikan oleh individu itu sendiri dan sulit untuk berkembang menjadi timbal balik. Terdapat faktor yang mendasari terjadinya interaksi parasosial yaitu *Task Attrtaction*, *Identification Attraction*, dan *Romantic Attachment*. Aplikasi Weverse biasa digunakan oleh para idola K-pop salah satunya yaitu boygroup Treasure untuk mengunggah tulisan, foto, dan video tentang kegiatan kesehariannya, dari unggahan tersebut, para penggemar dapat berinteraksi kepada idolanya dengan cara meninggalkan komentar dan saling mendukung dengan sesama penggemar. Dengan adanya interaksi parasosial ini, hubungan yang dirasakan oleh penggemar terhadap idolanya seakan terasa erat layaknya teman dekat bahkan beberapa penggemar merasa berada di dalam hubungan yang romantis.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

### 6.2 Saran

Adapun saran penulis dari penelitian ini adalah peneliti hanya fokus dalam satu komunitas penggemar yaitu Treasure Maker (penggemar Boygroup Treasure). Oleh karena itu, untuk penelitian selanjutnya dapat mengeksplorasi aktivitas atau budaya interaksi parasosial terhadap komunitas penggemar lainnya, yang mana hal tersebut memberikan dampak yang berbeda terhadap masing-masing diri penggemar. Kemudian, saran peneliti kepada penggemar Korean Pop, agar tidak terlalu menaruh ekspektasi yang tinggi dan menggantungkan kebahagiaan terhadap idolanya, sebaiknya penggemar dapat mengendalikan diri agar tidak terlalu berlebihan dalam memberikan rasa kasih sayang terhadap idola yang bahkan melebihi kasih sayang terhadap diri sendiri. Maka penting bagi penggemar untuk memperhatikan batasan sebagai seorang penggemar terhadap idolanya.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amanda, N. A. J. (2022). Analisis Fenomena Fandom K-Pop dalam kajian Hubungan Parasosial: Literatur Review. *JURNAL PSIMAWA*, 5(2), 86-90.
- Amien Nulloh Ibrohim (2023) Daftar Penghargaan yang Diterima TREASURE, Tahun 2021 Paling Banyak!. <https://gensindo.sindonews.com/read/1172617/700/daftar-penghargaan-yang-diterima-treasure-tahun-2021-paling-banyak-1691647700>
- Auliya, F., & Qodariah, S. (2018). Studi Deskriptif Mengenai Interaksi Parasosial pada Wanita Dewasa Awal di Komunitas Army Bandung. *Prosiding Psikologi*, 95-102.
- Dharmaputra, A. S., & Sahetapy, W. L. (2021). Pengaruh Social Attractiveness Food Blogger Cece Kuliner Terhadap Purchase Intention Produk Kuliner Di Surabaya Melalui Parasocial Interaction. *AGORA Vol. 9, No. 2* (2021)
- Dibble J.Y, Hartmann T, & Rosaen S.F (2015) parasocial interaction and parasocial relationships: conceptual clarification and a critical assessment of measures. *Human Communication Research* ISSN 0360-3989
- Elmy Tasya. (2023) Kenalan dengan 10 Member Treasure, Ketahui Fakta Menariknya!. <https://hot.detik.com/mainstage/d-7046036/kenalan-dengan-10-member-treasure-ketahui-fakta-menariknya>
- Eriyanto, Metode Netnografi: Pendekatan Kualitatif Dalam Memahami Budaya Pengguna Media Sosial (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2021), hlm 51.
- Harvey, J.H., & Manusov, V. (2001). *Attribution, Communication Behavior, and Close Relationship*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hasanah, H., & Sukmawan, S. (2021). Berbingkai Kemajemukan Budaya, Bersukma Desakalapatra: Selidik Etnografi atas Tradisi Tengger. *Diglossia: Jurnal Kajian Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya*, 4(1), 79-90.
- Hengki Wijaya, *Analisis Data Kualitatif Ilmu Pendidikan Teologi*, (Makassar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray, 2018), Hlm. 59.
- Hidayatulloh, N. (2023). INTERAKSI PARASOSIAL IDOL NCT DALAM MEMBANGUN KEDEKATAN DENGAN NCTZEN. *Prosiding Konferensi Nasional Sosial dan Politik (KONASPOL)*, 1, 277-287.
- Hirwiza, T. L., & Lubis, F. H. (2023). Persepsi Penggemar K-Pop (Korean Pop) Tentang Aplikasi Weverse Sebagai Media Komunikasi Penggemar dan Idolanya. *KESKAP: Jurnal Kesejahteraan Sosial, Komunikasi dan Administrasi Publik*, 2(2), 164-169.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- © Hak Cipta milik UIN Suska Riau
- State Islamic University of Sultan Saifudin Kasim Riau
- Ida, R. (2018). Etnografi virtual sebagai teknik pengumpulan data dan metode penelitian. *The Journal of Society and Media*, 2(2), 130-145.
- Jannah, A. N., Abidin, Z., & Santoso, M. P. T. (2024). Interaksi Parasosial Di Twitter Dan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Penggemar Seventeen (CARAT). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(7), 208-220.
- Kusumadinata, A. A., & Arianti, S. (2023). HUBUNGAN POSITIF INTERKAKSI PARASOSIAL PENGGEMAR BAND WHY DON'T WE TERHADAP PELAJAR. *Gema Kampus IISIP YAPIS Biak*, 18(1), 78-85.
- Mayasari, F. (2022). Etnografi Virtual Fenomena Cancel Culture dan Partisipasi Pengguna Media terhadap Tokoh Publik di Media Sosial. *Journal of Communication and Society*, 1(01), 27-44.
- Mineri, N. C., & Purnomo, A. R. P. (2023). HALLYU WAVE DI INDONESIA: PENERIMAAN KHALAYAK TERHADAP BRAND AMBASSADOR IDOL K-POP DI INDONESIA. *MASSIVE: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 54-65.
- Mulyana, Deddy & Solatun. (2008). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Ningsih, M. F. (2022). PENGARUH KOREAN WAVE, PARASOCIAL RELATIONSHIP, DAN BRAND AMBASSADOR TERHADAP BRAND LOYALTY. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 1(4), 543-552.
- Perbawani, P. S., & Nuralin, A. J. (2021). Hubungan Parasosial dan Perilaku Loyalitas Fans dalam Fandom KPop di Indonesia. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(1), 42-54.
- Pratama, M. R. R., & Winduwati, S. (2021). Aktivitas Interaksi Parasosial Penggemar Kepada Idola (Studi Deskriptif Kualitatif pada Wota dan Woti Penggemar JKT48 di Jabodetabek). *Koneksi*, 5(1), 133-138.
- Putra, W. F., & Febriana, P. (2023). Penggunaan Aplikasi Digital Weverse sebagai New Media Interaksi antara Artis/Idol K-Pop dengan Para Penggemarnya. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 5(3), 1649-1659.
- Rafiq, A. (2020). Dampak media sosial terhadap perubahan sosial suatu masyarakat. *Global Komunika: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 3(1), 18-29.
- Renita, D. D., Purwandari, D. A., & Istiqomah, N. (2024). Bentuk Interaksi Parasosial pada Penggemar K-Pop Melalui Media Sosial X. *Mutiara: Jurnal Penelitian dan Karya Ilmiah*, 2(3), 105-113.
- Rifan Aditya. (2021). Mengenal Aplikasi Weverse, Platform Penggemar Blackpink dan Idol Kpop Lainnya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta na milik UIN Suska Riau

Statu Islamu University of Suran Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

<https://www.suara.com/tekno/2021/08/05/135227/mengenal-aplikasi-weverse-platform-penggemar-blackpink-dan-idol-kpop-lainnya?page=all>. Diakses 4 April 2024.

- Rinata, A. R., & Dewi, S. I. (2019). Fanatisme Penggemar Kpop Dalam Bermedia Sosial di Instagram. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(2), 13-23.
- Ruslan, Rosady. (2003) Metode Penelitian Public Relations Dan Komunikasi. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, hal.138
- Ruthllianie, J., & Candraningrum, D. A. (2020). Studi tentang Motivasi ARMY Jakarta dalam Membeli Merchandise Idola (Studi Kasus Kaos Uniqlo X BT21).
- Shoffner, L. K. (2019). Parasocial Relationship Influence on CoverGirl Buying Intentions: Trust and Loyalty from SMI and Celebrity Endorsements. In (Doctoral dissertation, Appalachian State University).
- Sutrimo, W. F., & Muafa, I. W. (2024). Pengaruh Media Sosial Dan Lokasi Usaha Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Cafe Milk Corner. *Musamus Journal of Business & Management*, 6(2), 91-106.
- Tashandra, N. (2021). Netizen Indonesia di Urutan Teratas Tweet Terbanyak soal Kpop. Diakses 4 Mei 2024, kompas.com website: <https://lifestyle.kompas.com/read/2021/07/31/101251120/netizen-indonesia-diurutan-teratas-tweet-terbanyak-soal-kpop>
- Triadanti, N. (2019). Jadi Gaya Hidup, Benarkah Fans KPop Kaya Raya atau Cuma Modal Kuota? Diakses 4 Mei 2024, idntimes.com website: <https://www.idntimes.com/hype/entertainment/danti/jadi-gaya-hidup-benarkah-fans-kpop-kaya-raya-atau-cuma-modal-kuota?page=all>
- Wardani, E. P., & Kusuma, R. S. (2021). Interaksi parasosial penggemar k-pop di media sosial (studi kualitatif pada fandom army di twitter). *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 7(2), 243-260.
- Waruwu, D. F. M., & Vera, N. (2020). Ujaran Kebencian di Media Sosial (Studi Netnografi di Akun Instagram@ prof. tjokhowie). *AGUNA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 55-69.
- Widiastuti, R., Mawarpury, M., Sulistyani, A., & Khairani, M. (2020). The Relationship between Celebrity Worship and Parasocial Interaction on Emerging Adult. In *Proceedings of the 1st International Conference on Psychology* (Vol. 1, pp. 90-94).
- Wulandari, K., Sugandi, S., & Hairunnisa, H. (2023). Interaksi Parasosial dan Tingkat Loyalitas Konsumen Remaja Akhir Penggemar Korean Pop (K-Pop) di Samarinda. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(3), 2160-2172.

Yonada, N. (2023). "TREASURE konser di Jakarta: Profil Boyband & Biodata Personel" Diakses 3 April 2023, Tirto.id website: <https://tirto.id/treasure-konser-di-jakarta-profil-boyband-biodata-personel-gDHP>

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## RIWAYAT HIDUP



**Afina Nathifa Putri**, lahir pada tanggal 16 April 2002 di Duri, Kecamatan Bukit Raya, Provinsi Riau. Merupakan putri dari Ayahanda Deddi Marjoni dan Ibunda Eici Norla. Penulis merupakan putri bungsu dari dua bersaudara. Penulis memulai pendidikan dari Sekolah Dasar pada tahun 2008 di **SDS IT Mutiara Duri, Riau**. Kemudian, penulis melanjutkan pendidikannya di **SMPS IT Mutiara Duri, Riau**. Kemudian, melanjutkan studinya di **SMKN 7 Pekanbaru, Riau**. Setelah itu penulis melanjutkan pendidikan di **Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Jurusan Ilmu Komunikasi Konsentrasi Jurnalistik**

Pada tahun 2023 penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Sri Gading, Kecamatan Lubuk Dalam, Kabupaten Siak, Provinsi Riau. Pada tahun yang sama, penulis juga melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di Gatra Media Group Jakarta selama dua bulan. Penulis dinyatakan “**LULUS**” pada tanggal 4 Juli 2024 dalam ujian munaqasyah gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) di UIN Suska Riau setelah menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Interaksi Parasosial Antara Penggemar dan Idola Boygroup Treasure Pada Aplikasi Weverse**”.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Sat Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.