

Fenomena Hubungan Parasosial Penggemar dan Idol K-Pop dalam Penggunaan Aplikasi Weverse

Dwi Hasnidar Sysca ^{1*}, Kadek Dristiana Dwivayani ²

^{1*,2} Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman, Kota Samarinda, Provinsi Kalimantan Timur, Indonesia

Email: dwyhasnidar6@gmail.com ^{1*}, kadekdristiana@gmail.com ²

Histori Artikel:

Dikirim 22 Oktober 2023; *Diterima dalam bentuk revisi* 17 November 2023; *Diterima* 1 Desember 2023; *Diterbitkan* 10 Januari 2024. Semua hak dilindungi oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) STMIK Indonesia Banda Aceh.

Abstrak

Adanya fenomena K-Wave yang melanda dunia tentu masih dirasakan hingga saat ini. Dibantu dengan pengembangan media sosial yang semakin besar peminatnya karena fiturnya yang membuat jarak semakin tidak berarti. Sehingga penelitian ini akan mengkaji hubungan parasosial antara penggemar dan idol K-Pop TREASURE di aplikasi Weverse yang sedang populer di kalangan para penggemar K-Pop. Aplikasi tersebut didukung oleh beragam fitur yang membuat penggemar dapat bertukar informasi dan pesan dengan idola bahkan penggemar TREASURE lainnya. TREASURE sering memberikan balasan untuk penggemarnya melalui Weverse secara acak atau bagi penggemar yang beruntung. Penggemar akhirnya merasakan adanya suatu interaksi saat menggunakan aplikasi tersebut meskipun hanya perwakilan penggemar yang dibalas oleh member TREASURE. Penggemar lainnya juga turut merasakan adanya komunikasi interpersonal antara dirinya dengan idolanya. Hal ini bisa disebut suatu hubungan parasosial, yaitu hubungan satu arah yang dirasakan oleh penggemar. Dimana penelitian ini bertujuan untuk melihat, mendeskripsikan, serta menganalisis bagaimana fenomena hubungan parasosial antara TREASURE MAKER di Samarinda dan TREASURE dalam penggunaan aplikasi Weverse. Menggunakan klasifikasi tingkatan hubungan parasosial dan teori Social Information Processing sebagai pendukung argumentasi saat ditemukannya hasil penelitian. Kemudian penelitian ini memiliki jenis deskriptif kualitatif dengan menunjukkan hasil penelitian bahwa fenomena hubungan parasosial antara Penggemar TREASURE MAKER dan TREASURE telah melewati ketiga tingkatan yakni Entertainment Social Value, Intens Personal Feeling, dan Borderline Pathological sehingga secara teori SIP informan dalam penelitian ini menunjukkan perasaan kedekatan yang luar biasa dengan idolanya melalui bantuan aplikasi Weverse.

Kata Kunci: Hubungan Parasosial; Weverse; Treasure Maker.

Abstract

The K-Wave phenomenon that swept the world is certainly still being felt today. Assisted by the development of social media that is getting bigger and bigger in demand because of its features that make distance more meaningless. So this research will examine the parasocial relationship between fans and K-Pop idol TREASURE on the Weverse application which is popular among K-Pop fans. The application is supported by various features that allow fans to exchange information and messages with idols and even other TREASURE fans. TREASURE often replies to its fans through Weverse randomly or for lucky fans. Fans finally feel an interaction when using the application even though only fan representatives are replied to by TREASURE members. Other fans also feel the interpersonal communication between themselves and their idols. This can be called a parasocial relationship, which is a one-way relationship felt by fans. Where this research aims to see, describe, and analyse how the phenomenon of parasocial relationships between TREASURE MAKERS in Samarinda and TREASURE in using the Weverse application. Using the classification of levels of parasocial relationships and Social Information Processing theory as supporting arguments when the research results are found. Then this research has a qualitative descriptive type by showing the research results that the phenomenon of parasocial relationships between TREASURE MAKER and TREASURE fans has passed all three levels, namely Entertainment Social Value, Intense Personal Feeling, and Borderline Pathological so that in theory the SIP informants in this study show an extraordinary feeling of closeness to their idols through the help of the Weverse application.

Keyword: Parasocial Relationship; Weverse; Treasure Maker.

1. Pendahuluan

Idola *Korean Pop* (Idol K-Pop) merupakan seseorang yang dikenal di berbagai negara termasuk Indonesia yang selalu menjadi konsumsi publik. Semua Idol K-Pop memiliki nama yang besar berkat segala bakat dan prestasi yang dimilikinya. Tidak hanya prestasi dan bakatnya, idol K-Pop akan semakin besar namanya ketika memiliki penggemar yang selalu mendukung karirnya. Idol K-Pop memiliki daya tarik yang besar sehingga memunculkan perasaan ketertarikan yang mendalam bagi penggemar. Dengan berbagai media sosial yang dimiliki oleh para idol K-Pop membuat penggemar dapat melihat berbagai kegiatan keseharian dari idola mereka. Idol K-Pop dapat melakukan interaksi dengan penggemarnya dengan media tersebut menimbulkan rasa kedekatan dengan sang idola meskipun belum pernah bertemu langsung pada kehidupan nyata. Hal ini disebut dengan hubungan parasosial dengan adanya ikatan satu arah yang terbangun dengan idola [1].

Hubungan yang tercipta dengan memberikan ilusi hubungan tatap muka dengan pelakunya [2]. Meskipun konsep tersebut berasal dari topik psikologis, penelitian telah dijangkau secara luas di bidang komunikasi massa. Psikolog akhirnya mulai menunjukkan minat mereka terhadap konsep topik ini pada tahun 1980-an. Para peneliti juga mengembangkan konsep dari parasosial secara luas pada bidang ilmu komunikasi [3]. Hubungan parasosial bisa muncul saat penggemar merasa adanya suatu *feedback* yang dirasakan antara penggemar dan idola. Serta hubungan tersebut mulai muncul ketika penggemar merasa bahwa mereka dekat seperti teman di media. Selanjutnya, kontak melalui media yang dilakukan secara berkala menyebabkan penggemar merasakan kedekatan tersebut. Hal ini akan meningkatkan pemahaman penggemar mengenai karakter idolanya [4].

Dalam sebuah laporan dari *Korean Educational Statistics Service* menyatakan adanya peningkatan total pelajar Indonesia dari angka 1.025 tahun 2014 hingga 1.613 pada tahun 2019 yang melanjutkan belajar di Korea Selatan. Adanya beasiswa dari pemerintah Korea seperti *Korean Government Scholarship* yang mendorong generasi muda hingga tertarik untuk belajar bahasa korea ataupun melanjutkan pendidikan di sana [5].



Gambar 1. Aksi Sosial K-Popers
Sumber: Media Sosial Fanbase K-Pop dan Google

Selain itu juga, para penggemar menunjukkan rasa cinta mereka tak hanya dengan menonton konser atau bahkan membeli *merchandise* sang idola. Banyak para penggemar yang memilih menyalurkannya dengan kepedulian kepada kegiatan sosial salah satunya adalah berdonasi. Di kalangan penggemar K-Pop berdonasi dengan menggunakan nama grup idola telah menjadi hal yang lumrah. Berbagai kesempatan dijadikan alasan dalam memberikan donasi mulai dari perayaan ulang tahun atau *anniversary* sang idola hingga hal yang bersangkutan terkena musibah [6].

Salah satu *boy group* K-Pop yang populer pada generasi ke-4 adalah TREASURE. Saat ini TREASURE adalah *boy group* generasi ke-4 satu-satunya dari agensi YG Entertainment yang telah debut pada 7 Agustus 2020. Awalnya TREASURE beranggota 12 orang bernama Hyunsuk, Jihoon, Yoshi, Junkyu, Mashiho, Jaehyuk, Asahi, Doyoung, Yedam, Haruto, Jeongwoo, dan Junghwan. Mereka dipilih berdasarkan program acara audisi Survival YG TREASURE BOX. TREASURE debut dengan mengeluarkan *single album* bernama "The First Step: Chapter One" yang memiliki lagu

utama dengan *Video Music* (MV) berjudul *Boy* serta lagu lainnya berjudul *Come to Me*. Namun seiring berjalannya waktu selama mereka menjadi idol, pada tanggal 8 November 2022, YG Entertainment mengumumkan bahwa Takata Mashiho dan Bang Yedam resmi keluar dari TREASURE sehingga kedepannya hanya terdiri dari 10 orang.

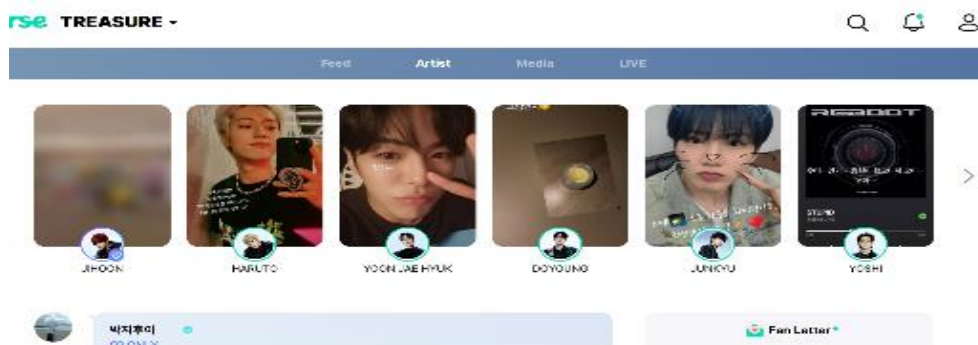
TREASURE memiliki berbagai media sosial dengan pengikut diantaranya adalah Instagram @yg_treasure_official 6,8 Juta Pengikut, Twitter 5,1 Pengikut, serta Weverse 2,307 members. Selain itu, fanbase di Instagram @wowfakta_treasure memiliki 254 ribu pengikut dan merupakan fanbase Instagram TREASURE paling banyak diikuti dari fanbase TREASURE lainnya. Hal ini menandakan bahwa TREASURE telah memiliki berbagai penggemar dari berbagai negara terutama Indonesia. Member TREASURE telah mendapatkan perhatian dari para penggemar K-Pop mulai dari acara survivalnya. Nama penggemar TREASURE dikenal dengan TREASURE MAKER atau biasa disingkat dengan TEUME. Hingga saat ini mereka merupakan salah satu generasi ke-4 yang memiliki penggemar yang loyal.



Gambar 2. Perayaan Hari Penting TREASURE MAKER

Sumber: Fanbase TREASURE di Twitter

Fakta bahwa TEUME dikatakan sebagai penggemar yang loyal dengan idolanya dapat dilihat dengan aktifnya penggemar membuat aksi sosial rutin pada setiap hari penting TREASURE seperti ulang tahun, anniversary, dan kegiatan sosial lainnya. Aksi sosial yang dilakukan penggemar biasanya dengan membuka donasi untuk disumbangkan kepada masyarakat yang membutuhkan. Salah satu kenyataan di lapangan, TEUME merayakan hari jadi TREASURE dengan membuka donasi untuk Yayasan Kasih Anak Kanker Indonesia (YKAKI). Selain itu juga saat ulang tahun member TREASURE penggemar berdonasi menggunakan nama member dalam perayaannya.



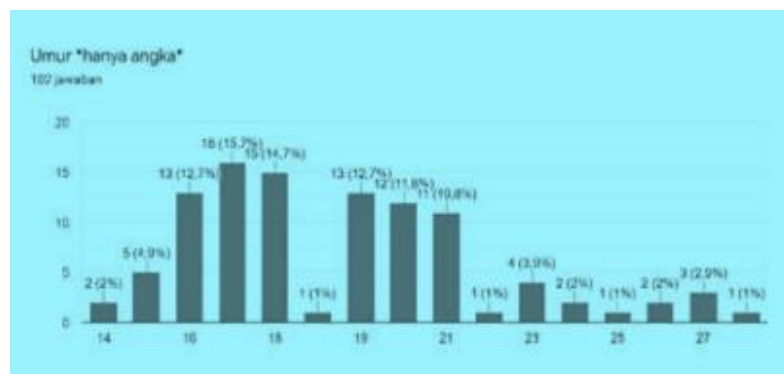
Gambar 3. Account Individu Member TREASURE

Sumber: Aplikasi Weverse TREASURE

TREASURE sangat aktif melakukan interaksi bersama penggemarnya melalui aplikasi fandom yang bernama aplikasi Weverse. Berbeda dengan media sosial lainnya seperti Instagram yang digunakan hanya untuk memposting foto dan berbagai kegiatan yang dipegang oleh admin Instagram TREASURE. Sedangkan aplikasi Weverse para member memiliki akun tersendiri dan dipegang langsung oleh mereka untuk memposting segala hal untuk para penggemar. Aplikasi Weverse memiliki fitur untuk memudahkan penggemar dengan idol untuk berinteraksi. Fitur utama yang biasanya digunakan adalah fitur *cheer* dan komentar. Fitur *cheer* merupakan fitur yang memiliki kesamaan fungsi seperti fitur *like* di media sosial lainnya. Sedangkan fitur komentar membuat penggemar dapat membalas unggahan yang dikirimkan oleh idolnya di aplikasi tersebut. Idol dan penggemar dapat memanfaatkan berbagai fitur-fitur tersebut untuk menjadi dekat.

Penelitian mengenai hubungan parasosial idol K-Pop dan penggemar telah banyak dilakukan sebelumnya. Penelitian yang dilakukan oleh [7] membahas bagaimana penggemar memaknai idola sebagai sosok tertentu dalam hidupnya dan bagaimana penggemar mengekspresikan emosi dengan idolanya. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh [8] dalam judul penelitian "Interaksi Parasosial Penggemar K-Pop di Media Sosial pada Fandom Army di Twitter" yang membahas bagaimana penggemar melakukan interaksi parasosial di Twitter dengan melibatkan proses parasosial atau respons psikologis diantaranya respons kognitif, afektif, dan respons perilaku. Dalam respons perilaku, penggemar mengikuti gaya berpakaian, gaya selfie, serta lain hal terkait idola mereka. Selain itu, tak jarang dari mereka melakukan *spam chat*, *spam like*, bahkan *spam comment* saat idolanya memposting di Twitter agar menarik perhatian sang idola [8].

Berbeda dari penelitian sebelumnya, penelitian ini berfokus pada bagaimana hubungan TREASURE MAKER dan TREASURE dalam penggunaan aplikasi Weverse dengan fokus penelitian berdasarkan Tingkatan Hubungan Parasosial yang terjadi dan menggunakan teori *Social Information Processing* (SIP) sehingga tercipta hubungan parasosial yang dirasakan oleh penggemar tersebut. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh IDN Times (2019), 40,7% penggemar K-Pop di Indonesia berusia 20-25 tahun, 38,1% berusia 15-20 tahun, 11,9% berusia lebih dari 25 tahun dan 9,3% berusia 10-15 tahun. Selain itu, mayoritas penggemar K-Pop di Indonesia adalah perempuan sebesar 92,1%. Berdasarkan hasil survei ini menunjukkan bahwa penggemar K-Pop berada pada usia dewasa awal. Dewasa awal biasanya memiliki ketertarikan yang kuat terhadap artis dalam kehidupannya [9].



Gambar 4. Data Survei dilakukan oleh Putra & Febriana

Sejalan dengan hasil survei yang dilakukan oleh [10] pengguna aplikasi Weverse bahwa mayoritas berjenis kelamin perempuan dengan presentase 91,7% dan laki-laki sebesar 2,9%. Kemudian responden dalam hasil survei berada pada rentang usia antara 14-32 tahun. Rata-rata yang menggunakan aplikasi Weverse dalam surveinya berusia 17 tahun. Dilihat dari kedua survei tersebut, maka subjek penelitian ini memilih penggemar TREASURE perempuan dan berusia 14-32 tahun dengan presentase yang tinggi di kedua survei tersebut. Berdasarkan uraian latar belakang tersebut maka peneliti tertarik ingin mengetahui terkait hubungan parasosial yang terjalin dalam media baru yaitu aplikasi Weverse yang digunakan idol K-Pop khususnya TREASURE. Oleh karena itu, judul

yang diangkat oleh peneliti adalah Fenomena Hubungan Parasosial Penggemar dan Idol K-Pop dalam Penggunaan Aplikasi Weverse.

2. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Jenis penelitian ini menggunakan data deskriptif berupa bahasa tulis atau lisan dari para pelaku yang diamati. Melakukan penelitian kualitatif untuk menjelaskan dan menganalisis fenomena, peristiwa, sikap, kepercayaan, dan persepsi individu atau kelompok orang. Oleh karena itu, penelitian kualitatif dimulai dengan pengembangan hipotesis yang mendasarinya. Kemudian berhubungan dengan ide-ide yang digunakan sebagai penelitian.

Menurut [11] menyatakan bahwa jenis penelitian kualitatif memiliki tujuan untuk memahami fenomena yang dirasakan oleh subjek penelitian. Serta menjelaskan tingkah laku, persepsi, motivasi, serta tingkah laku secara menyeluruh dengan segi bahasa dan dalam konteks tertentu. Fokus penelitian adalah pembatas perihal suatu yang akan dibahas di dalam penelitian ini agar sejalan dengan tujuan yang akan dicapai dan mencegah terjadinya perluasan masalah. Maka penelitian ini berfokus terhadap Tingkatan Hubungan Parasosial yang akan digunakan sebagai cara pandang analisis untuk melihat fenomena hubungan parasosial penggemar dan idol K-Pop melalui aplikasi Weverse.

Tingkatan Hubungan Parasosial memiliki tiga tingkatan menurut pandangan Maltby, Giles, Barber, dan McCutcheon diantaranya sebagai berikut:

- 1) Tingkat pertama, *Entertainment Social Value*. Pada tingkatan ini merupakan tahap permulaan seseorang menjadi penggemar dengan perasaan terhibur dengan melihat dan menikmati berbagai konten dan karya idolanya. Tingkatan ini adalah tingkat paling awal dan ringan yang dialami oleh semua penggemar.
- 2) Tingkat kedua, *Intense Personal Feeling*. Pada tingkatan ini penggemar merasakan ikatan emosional dengan sang idola. Dimana para penggemar akan menghabiskan sebagian waktu untuk idolanya.
- 3) Tingkatan ketiga, *Borderline Feeling Pathological*. Pada tingkatan ini penggemar akan berperilaku dan fantasi yang tidak terkendali. Penggemar menganggap memiliki hubungan khusus dengan idola.

Sumber data penelitian ini ialah data primer dan data sekunder. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara serta dapat melakukan observasi secara langsung terhadap objek yang diteliti. Dalam menentukan subjek penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *Purposive Sampling*. Teknik *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel dari sumber data yang berdasarkan dengan pertimbangan tertentu yang berkaitan dengan fenomena yang diteliti. Penggemar TREASURE dilihat dari data dalam aplikasi Weverse sebanyak 2.309 juta *members* yang bergabung di dalam komunitas aplikasi tersebut. Sedangkan dilihat dari akun Instagram *Fanbase TEUME Kaltim Ofc* terdapat 672 pengikut. Dengan menggunakan Teknik *purposive sampling*, akan ditentukan kriteria-kriteria tertentu. Maka dari itu, tidak semua pengikut TEUME Kaltim Ofc dipilih sebagai informan. Peneliti akan memilih informan yang dapat menghasilkan pemahaman yang lebih kuat terkait topik dengan hasil yang tepat. Wawancara dilakukan dengan tiga informan yang sesuai dengan kriteria informan dalam penelitian ini ialah menjadi TREASURE MAKER selama minimal satu tahun. Berdomisili di Samarinda Kalimantan Timur. Memfollow akun Instagram TEUME Kaltim Ofc. Berjenis kelamin wanita berada direntang usia 14-32 tahun. Menggunakan aplikasi Weverse minimal satu tahun. Pernah atau sedang berlangganan aplikasi Weverse. Memiliki koleksi atau *merchandise* TREASURE. Mengetahui kegunaan dari fitur-fitur yang disediakan oleh aplikasi Weverse. Aktif melakukan berkomentar dan mengirim postingan kepada TREASURE. Menggunakan aplikasi Weverse minimal tiga jam dalam sehari.

Data sekunder adalah data atau informasi yang telah ada sebelumnya dan dikumpulkan untuk melengkapi kebutuhan data penelitian. Data sekunder tidak diperoleh secara langsung melainkan didapatkan melalui dokumen, literatur, dokumentasi, website, artikel *online* serta jurnal penelitian sebelumnya.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti adalah menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer dilakukan oleh peneliti secara langsung mengumpulkan data dari informan. Sedangkan data sekunder peneliti mendapatkannya melalui data-data yang telah ada sebelumnya seperti pada artikel atau jurnal yang berkaitan dengan penelitian tersebut. Untuk mengumpulkan data, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara, dokumentasi, studi literatur. Pada penelitian kualitatif, teknik analisis data perlu menggunakan langkah-langkah dalam mengolah informasi, proses penafsiran, dan menyimpulkan hasil dari penelitian. Di setiap penelitian pasti memiliki teknik analisis data. Teknik analisis data ini merupakan teknik atau cara yang dipakai untuk memproses berbagai data agar mendapat informasi-informasi yang jelas. Dalam penelitian ini, teknik analisis data kualitatif menggunakan model Miles dan Huberman.

Menurut Miles dan Huberman tentang analisis data kualitatif yaitu kegiatannya dilakukan dengan interaktif dan secara berkelanjutan sampai selesai sehingga data ini jenuh. Kejenuhannya ditandai dari tidak dapat diperoleh informasi baru lagi. Analisis data kualitatif menurut model Miles dan Huberman terbagi menjadi tiga bagian, diantaranya sebagai berikut.

1) Reduksi data

Pada bagian reduksi data, peneliti melakukan proses memilih data yang diperlukan dan membuang data yang tidak perlu, selain itu juga perlu menggolongkan, memberikan pengarah dan mengatur data sedemikian rupa hingga dapat menghasilkan kesimpulan dan dapat diverifikasi.

2) Penyajian Data

Pada penelitian kualitatif, penyajian data disini menggunakan bentuk teks naratif atau sebuah catatan lapangan. Miles dan Huberman mengatakan bahwa dalam penyajian ini informasinya tersusun yang mendapatkan kemungkinan menarik kesimpulan dan mengambil tindakan. Mereka yakin jika penyajian ini lebih baik dengan cara utama analisis kualitatifnya valid dengan berbagai jenis seperti jenis matriks, jaringan, grafik dan bagan. Maka peneliti dapat mengetahui apa yang telah terjadi dan dapat menarik menentukan kesimpulan yang tepat atau akan melangkah menganalisis menurut saran yang ada oleh penyajian yang bisa jadi berguna.

3) Menarik Kesimpulan

Langkah terakhir adalah melakukan penarikan kesimpulan. Pada langkah terakhir ini tidak hanya melakukan menarik kesimpulan tetapi juga melakukan verifikasi selama penelitian berlangsung.

3. Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini telah memaparkan data tentang fenomena hubungan parasosial yang dilakukan kepada pengguna aplikasi Weverse TREASURE MAKER Samarinda. Fenomena hubungan parasosial merupakan hubungan satu arah yang dirasakan oleh penggemar atau pengguna media dengan sosok figur media yaitu idolanya. Penggemar berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik dalam memenuhi keinginan untuk lebih dekat dengan idolanya. Ketiga informan dalam penelitian ini merupakan pengguna aktif aplikasi Weverse dan penggemar TREASURE. Mereka umumnya menggunakan aplikasi Weverse karena sang idola telah bergabung di aplikasi tersebut. Mereka merasa TREASURE lebih intens melakukan komunikasi dengan penggemar di Weverse daripada media sosial lainnya yang lebih digunakan untuk promosi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapatnya fenomena hubungan parasosial dari para penggemar terhadap idolanya yang terlihat dari kekaguman kepada idola yang menjadi sumber kebahagiaan dengan cara apresiasi terhadap karyanya. Selanjutnya mengenai fenomena adanya tahapan upaya para TEUME dalam memperlihatkan dirinya sebagai *fans* yakni dimulai dari mencari informasi lebih terkait idola, kemudian melakukan interaksi dengan idola melalui media sosial salah satunya aplikasi Weverse. Tahapan terakhir yang diperlihatkan oleh para informan sebagai TEUME yakni adanya rasa kedekatan secara emosional berupa selalu memikirkan dan mengkhawatirkan sang idola. Fenomena yang ditemui dari hasil penelitian terkait tentang bentuk kedekatan para TEUME

kepada idolanya, seperti sikap *overprotective*, memiliki fantasi luar biasa terhadap idola, hingga memiliki obsesi yang dirasakan oleh para informan yang terlibat dari penelitian ini.

Penelitian ini juga menunjukkan dukungan bahwa hubungan dapat tumbuh jika idola memberikan informasi-informasi satu sama lain yang bisa diterapkan untuk membentuk kesan komunikasi interpersonal. Selaras dengan teori *Social Information Processing* (SIP) yang beranggapan bahwa komunikator melakukan pertukaran pesan melalui media internet serta saling memperoleh informasi yang mendorong adanya relasi sosial. Teori ini menganggap hubungan yang dibangun melalui media internet bergantung dengan fitur-fitur dalam pertukaran pesan di aplikasi media [13]

Pada penerapannya, aplikasi Weverse sangat bergantung dengan segala fitur yang tersedia. Pertukaran pesan antara penggemar dan idola dapat tumbuh berkat segala fitur dalam aplikasi tersebut yang memungkinkan terjadinya interaksi. Informan pada penelitian ini merasakan fitur-fitur tersebut yang memberikan adanya interaksi yang terasa kesan interpersonal dengan idolanya.

Penggemar menggunakan fitur *feed* untuk mengunggah postingan terbaru yang dapat dilihat oleh penggemar lainnya dan juga artis. Fitur *feed* juga dapat memberitahu para penggemar bahwa idolanya membalas suatu postingan penggemar lainnya. Fitur bermanfaat lainnya adalah fitur *artist* dimana membantu para penggemar untuk selalu mengikuti idola yang disukainya. Fitur ini memberikan kesempatan besar dalam berinteraksi langsung dengan idola karena banyaknya penggemar yang mendapat balasan melalui fitur *artist* pada saat penggemar mengomentasi postingan sang idola. Hal ini dirasakan oleh informan dalam penelitian ini yang selalu mengomentari berbagai postingan TREASURE untuk mendapatkan peluang terjadinya interaksi. Fitur lainnya yang disukai oleh informan adalah fitur *live* dimana informan dapat berkomunikasi dengan member TREASURE secara *real time* dengan memberikan komentar dan *likes* khusus ketika sedang melakukan siaran langsung. Dalam fitur ini informan merasa bahwa interaksi melalui fitur *live* lebih terasa komunikasi yang personal.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa penggemar menampilkan identitas diri dengan sesuatu yang berhubungan dengan idolanya. Hal ini dilakukan untuk mempresentasikan diri mereka melalui media sosial sebagai sosok penggemar yang *supportif* terhadap idolanya. Hal ini dilakukan dengan tujuan dasar agar idola memberikan balasan terhadap pesan yang diberikan dari penggemar. Penggemar memiliki harapan untuk selalu berkomunikasi dan berbagi informasi dengan para idola sehingga penggemar juga ingin merasakan adanya interaksi yang nyata secara langsung dengan idola.

Menurut pandangan Walther [13] ada tiga tahapan dalam proses informasi sosial yang membangun hubungan melalui media internet diantaranya adalah tahapan informasi interpersonal, tahapan pembentukan kesan, dan tahapan pengembangan relasi. Pada penelitian ini informan menerapkan tiga tahapan tersebut sehingga terjadinya hubungan parasosial yang dibangun oleh penggemar dengan idolanya. Sehingga pembahasan berikutnya merupakan pemaparan temuan hasil penelitian yang sesuai dengan teori *Social Information Processing* (SIP).

3.1 Implementasi Tingkatan Entertainment Social Value TREASURE MAKER Pada Aplikasi Weverse (Tahapan Informasi Interpersonal)

Dari beberapa pernyataan para informan dalam penelitian ini, dapat diketahui bahwa pada tingkatan *Entertainment Social Value* para penggemar dari idol grup TREASURE yang disebut sebagai TEUME secara sadar memberikan *value* atau nilai tersendiri bagi karyanya. Bentuk pemberian nilai dimulai dengan munculnya rasa kekaguman dari beberapa sisi diantaranya secara fisik maupun paras yang dinilai menarik oleh para TEUME khususnya ketiga informan yang terlibat dalam penelitian ini. Kemudian dilanjutkan dengan menjadikan karya-karya TREASURE sebagai sumber kebahagiaan bagi para informan. Terakhir dengan adanya apresiasi kepada karya yang diproduksi oleh TREASURE. Sementara bentuk apresiasi yang dilakukan melalui akun pribadi mereka di aplikasi Weverse.

Salah satu tahapan dalam teori *Social Information Processing* (SIP) yakni tahapan informasi interpersonal yang merupakan tahapan awal dimana pengguna menggunakan media internet untuk membagikan suatu informasi baik diri pribadi ataupun orang lain melalui aplikasi. Dalam penelitian ini, semua informan membagikan informasi diri di aplikasi Weverse menggunakan nama dari idola yang mereka sukai. Hal ini dilakukan dengan tujuan agar setiap orang yang melihat unggahannya dan mengenal dirinya sebagai penggemar TREASURE. TREASURE juga menggunakan aplikasi Weverse

untuk memberikan informasi-informasi terkait grup dan dirinya sendiri untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan untuk para penggemar yang menyukainya.

Informasi yang diunggah melalui Weverse adalah informasi yang mudah dimengerti oleh penggemar melalui bantuan fitur *translate* setiap penggemar dari negara manapun mengerti informasi yang disampaikan oleh para member TREASURE. Tak hanya idola yang membagikan informasi pada tahap ini, tetapi para penggemar juga dapat mengenalkan identitas dirinya melalui akun Weverse mereka agar idola dan penggemar lainnya mengenali mereka [14]. Pada penelitian ini, informan membagikan informasi mengenai terhadap kesukaan kepada idolanya. Hal ini sejalan dengan yang diutarakan Weaver [15] yang dijelaskan bahwa tingkat kebebasan yang tinggi dengan mengungkapkan suatu informasi berkaitan dengan dirinya. Suatu identitas penggemar di aplikasi Weverse adalah bentuk dari pengungkapan diri mereka sebagai sosok penggemar untuk idolanya. Identitas diri yang mencantumkan tentang sosok idola sebagai sumber kebahagiaan dan kebanggaan tersendiri yang dirasakan oleh penggemar.

3.2 Implementasi Tingkatan Intens Personal Feeling TREASURE MAKER Pada Aplikasi Weverse (Tahapan Pembentukan Kesan)

Setelah pengguna media internet membagikan identitas diri, menurut teori *Social Information Processing* (SIP) selanjutnya pengguna media internet akan mengelola dan membentuk kesan informasi yang disampaikan pada pengguna internet lainnya. Para penggemar kerap mengirimkan pesan kepada idolanya seperti selayaknya komunikasi yang dilakukan dengan teman. Pesan yang dikirimkan tidak hanya sekali atau dua kali, tetapi sesering mungkin mereka mengirimkan atau mengomentasi suatu hal terkait idolanya. Kegiatan ini dilakukan oleh penggemar karena idola mereka juga aktif melakukan interaksi membalas atau mengomentari suatu pesan dari penggemarnya. Maka setiap penggemar akan sering melakukan interaksi sesering mungkin untuk mendapatkan jawaban dari idolanya. Selain itu, penggemar yang kerap mencari informasi-informasi dan terus menerus mengecek aplikasi Weverse agar tetap selalu *up to date* berbagai informasi sang idola. Hal ini berkaitan dengan yang diungkapkan oleh Weaver [15] bahwa interaksi dilakukan secara berulang akan menghasilkan suatu hubungan intim. Kegiatan yang dilakukan ini adalah bagian dari hubungan parasosial yang dirasakan oleh penggemar.

Dapat dilihat bahwa informan setelah membagikan identitas dirinya sebagai penggemar TREASURE akan menggunakan aplikasi Weverse sebagai kebutuhan dasar mereka untuk memperbanyak informasi dan juga interaksi di aplikasi tersebut. Dari beberapa pernyataan para informan dalam penelitian ini, dapat diketahui juga bahwa pada tingkatan *Intens Personal Feeling* para penggemar dari idol grup TREASURE yang disebut sebagai TEUME memiliki kedekatan secara emosional kepada idolanya. Tahapannya dimulai dari niat mereka para informan untuk mencari tahu dan keinginan untuk mengenal secara personal para member TREASURE. Dilanjutkan dengan tahapan upaya para *fans* untuk melakukan interaksinya kepada idola mereka dengan menggunakan aplikasi Weverse, bahkan ditemukan pada informan yang terlibat dalam penelitian ini bahwa mereka rela untuk berlangganan aplikasi tersebut dimana ada biaya yang harus dikeluarkan untuk menjadi status *membership*. Adanya pengorbanan secara finansial tersebut terbayarkan ketika mereka merasa lebih dekat dengan idolanya, secara pribadi mereka dapat berinteraksi dengan para member TREASURE. Dengan begitu munculah kedekatan secara emosional sehingga dapat dikatakan bahwa TEUME dapat merasakan apa yang sedang dirasakan oleh para member TREASURE.

Adanya aplikasi Weverse memperkuat juga dengan isyarat verbal dan non verbal melalui dukungan fitur-fitur yang tersedia. Semua informan mengetahui fungsi dan berbagai fitur yang tersedia di aplikasi Weverse. TREASURE juga memanfaatkan segala fitur untuk melakukan interaksi dengan para penggemar. Fitur-fitur tersebut dapat memunculkan isyarat verbal maupun non verbal. Pada fitur *posts* para idola dapat membagikan berbagai pesan untuk penggemar seperti menyapa, menanyakan kabar, dan mengunggah foto atau video untuk berinteraksi dengan TREASURE MAKER yang dapat dipahami oleh semua penggemar dari seluruh negara karena tersedia fitur penerjemahan disetiap unggahan idola maupun penggemar. Hal ini dapat disebut munculnya isyarat verbal antara idola dengan penggemar yang dapat saling memahami pesan yang disampaikan

walaupun hanya melalui media internet. Sedangkan isyarat non verbal yang sering muncul pada media internet adalah berupa pesan dengan memanfaatkan adanya emoji yang tersedia. Informan mengungkapkan bahwa TREASURE sering menggunakan emoji untuk membalas dan memposting sesuatu di aplikasi Weverse. Selain itu, isyarat non verbal yang dapat tercipta adalah unggahan idola yang membuat penggemar ingin meniru idola baik gaya berpakaian, gaya foto dan *selca* (*self camera*).

Informan menggunakan segala fitur-fitur dari Weverse untuk kepentingan dalam berinteraksi dengan idolanya. Mereka ingin merasakan kedekatan dengan member TREASURE terutama member yang disukainya. Para informan selalu mengunjungi Weverse saat para idolanya aktif atau sedang berbalas pesan dengan penggemar lainnya. Setiap penggemar yang diberikan balasan oleh member pasti penggemar lainnya ikut hadir meramaikan unggahan itu. Hal ini dilakukan penggemar karena ingin mendapatkan balasan dari sang idola. Meskipun beberapa penggemar tidak mendapat balasan, mereka ikut merasakan interaksi dari balasan tersebut yang diberikan oleh sang idola. Perasaan inilah yang dapat disebut dengan hubungan parasosial yang terasa nyata tetapi ternyata hanya satu arah yang dirasakan oleh penggemar. Setiap penggemar juga menggunakan fitur *mention* kepada para idolanya untuk menyampaikan pesan dan informasi apa saja kepada idola maupun penggemar.

Fitur yang sangat dirasakan dalam pembentukan kesan beberapa informan adalah fitur *live* atau siaran langsung. Fitur ini menyediakan *live chatting* dan *like* pada saat idola melakukan siaran langsung. Penggemar yang menonton *live* idolanya akan merasakan interaksi secara nyata berkat dukungan dari beberapa fitur di dalamnya. Adanya fitur ini memungkinkan penggemar merasakan komunikasi dengan cara yang lebih interaktif.

Dari banyaknya informasi yang dirasakan oleh para penggemar terkait idolanya membuktikan mereka mengenal sosok idolanya walaupun hanya melalui media. Mereka merasakan kedekatan tersebut dari berbagi informasi dan pesan yang diberikan oleh idola dan juga banyaknya penggemar yang bertemu langsung oleh sosok idolanya. Banyak penggemar yang sering *sharing* melalui media tentang sosok idolanya di kehidupan nyata yang memiliki sifat yang positif. Dari hal tersebut mereka juga dapat mengenal sosok sang idola dengan baik. Hal inilah yang disebut dengan tahap pembentukan kesan. Dengan membanjirnya suatu pesan dan informasi para pengguna akan memunculkan tahap interaksi selanjutnya.

3.3 Implementasi Tingkatan *Borderline Pathological TREASURE MAKER* Pada Aplikasi Weverse (Tahapan Pengembangan Relasi)

Dari beberapa pernyataan para informan dalam penelitian ini, dapat diketahui bahwa pada tingkatan *Borderline Pathological* para penggemar dari idol grup TREASURE yang disebut sebagai TEUME mereka mampu memiliki bentuk kedekatan yang terlihat sangat jelas. Mulai dari sikap *overprotective* yang mereka ungkapkan dengan menyelamatkan salah satu atau sebagian dari member TREASURE jika mendapat rumor negatif. Kemudian terdapatnya fantasi luar biasa untuk menjadi orang yang paling dekat dengan idola mereka. Hingga adanya obsesi mereka terhadap kedekatan tersebut terlihat dari anggapan sebagai pacar dari idolanya.

Dalam teori *Social Information Processing* (SIP) tahap pengembangan relasi merupakan tahapan tingkat lanjut dari tahapan pembentukan kesan. Menurut Walther, tahap ini komunikasi *online* yang terjalin telah menemukan pemahaman dan kecocokan dalam melakukan komunikasi yang menimbulkan tahapan hubungan yang lebih lanjut (Nurdin, 2020). Penggemar merasakan hubungan parasosial dengan idola didasarkan faktor kesamaan atau suatu kecocokan. Pada pemaparan Informan II yang menyatakan bahwa dirinya dengan TREASURE memiliki pemikiran-pemikiran yang sama karena rentang usia yang tidak jauh berbeda sehingga selera antara dirinya dan TREASURE memiliki kecocokan. Dalam penerapannya penggemar akan merasakan kecocokan dan paham terhadap idolanya melalui aplikasi Weverse dengan berbagai informasi dan pesan yang dilakukan oleh penggemar dan idola. Setelah merasakan kecocokan dengan idolanya, para informan dalam penelitian ini merasa kedekatan dengan TREASURE walaupun hanya melalui Weverse. Menurut Aprilliani *et al* (2021) bahwa hubungan parasosial memiliki dua bentuk, diantaranya adalah *parasocial friendship* dan *parasocial love* [16]. Bentuk pertama adalah *parasocial friendship* dimana para penggemar menyukai sang idola dengan merasakan kesetiakawanan atau solidaritas dari idola, percaya terhadap sang idola, dan

menginginkan perasaan saling terbuka dan berkomunikasi dengan idolanya. Pada bentuk ini terdapat dua jenis hubungan *parasocial friendship* yaitu *communication* adalah keinginan penggemar untuk selalu menjalin komunikasi dengan idolanya dan *support and companionship* adalah keinginan suatu individu atau penggemar untuk saling mendukung, percaya, dan berbagi dengan idola [17].

Dilihat dalam penelitian ini, beberapa informan merasakan bentuk *parasocial friendship* dimana informan tersebut menginginkan selalu terjalinnya komunikasi antara penggemar dan TREASURE seperti yang mereka lakukan sampai sekarang. Bahkan segala unggahan TREASURE dirasakan oleh penggemar sebagai bentuk dukungan kepada mereka. Selain itu, TREASURE yang selalu membagikan berbagai pesan-pesan yang bermakna termasuk suatu bentuk percaya mereka terhadap penggemarnya.

Informan I menunjukkan bahwa merasakan bentuk *parasocial friendship* karena Informan I menjelaskan bahwa idolanya yaitu TREASURE memberikan kekuatan untuk dirinya pribadi dan meyakini bahwa hubungan yang terjalin kedepannya mendapatkan timbal balik antara dirinya dan idola. Sedangkan Informan II juga merasakan hal yang sama. Informan II meyakini sosok idolanya adalah sosok teman yang saling berbagi dan mendukung satu sama lain. Beberapa informan ini semua telah merasakan bentuk hubungan parasosial dalam bentuk *parasocial friendship* yang meyakini bahwa hubungan dengan idolanya terjalin lebih dari sebatas berkomunikasi yang terbuka (*communication*) tetapi juga penggemar mengharapkan bentuk dukungan yang tercipta dari idola dan penggemar, serta rasa saling percaya atas dukungan tersebut, dan idola tetap berbagi pesan dan informasi melalui berbagai media internet. Pada *parasocial friendship* merupakan tingkatan hubungan kedua yaitu *entertain social value* karena informan pada penelitian ini tertarik dengan semua informasi dan pesan mengenai idolanya di aplikasi Weverse. Informan beranggapan bahwa dirinya harus selalu *update* dan mengetahui segala hal yang berkaitan dengan sang idola. Informan I dan Informan II juga adalah salah satu penggemar yang berlangganan fitur *membership* untuk dapat menikmati konten eksklusif yang diberikan oleh agensi TREASURE yaitu YG Entertainment. Mereka berlangganan fitur tersebut agar menikmati konten-konten sebagai suatu hiburan. Informan juga sangat suka melihat penampilan idolanya terutama pada saat *comeback* dan melakukan promosi di beberapa acara di tayangan Korea Selatan yang informasinya didapatkan melalui fitur pengumuman aplikasi Weverse. Memiliki banyak informasi terkait idola membuat informan merasakan suatu ikatan khusus dengan idolanya. Dalam tingkatan ini akan timbul suatu perasaan empati. Dimana penggemar akan mampu merasakan apa yang dirasakan oleh idola mereka. Dilihat dari Informan I dan Informan II pada jenis hubungan *parasocial friendship* akan merasakan suatu kebahagiaan dan rasa bangga kepada TREASURE saat memenangkan suatu penghargaan. TREASURE pastinya terharu akan penghargaan yang didapatkan, begitu pula yang dirasakan oleh penggemar.

Selanjutnya *parasocial love* adalah suatu keinginan kuat untuk berada di sisi idola dan merasakan kerinduan untuk berada secara fisik dengan idola, serta keterbukaan untuk diterima maupun diperhatikan. Pada bentuk ini memiliki dua sudut pandang, pertama *physical attraction* adalah ketertarikan fisik dan kedua *emotional responses* adalah emosional penggemar terhadap idola (Mustafa & Halimah, 2018).

Pada penelitian ini dapat dilihat bahwa informan menginginkan suatu hubungan yang lebih lanjut untuk bertemu langsung dengan TREASURE. Pada pemaparan Informan III menunjukkan adanya keinginan untuk bertemu langsung dengan TREASURE karena merasakan kerinduan dengan sang idola. Meskipun Informan III menganggap sang idola sebagai *support system* tetapi mengungkapkan kerinduan akan lebih mengarah ke bentuk *parasocial love*. Dapat terlihat bahwa informan III mengharapkan untuk bertemu langsung untuk mengobati kerinduannya dengan idola karena bentuk penasaran dengan sosok idola secara nyata. Informan III yang menganggap idolanya sebagai sistem pendukung yang memberikan perasaan mencintai sosok idolanya karena timbul keinginan untuk dekat secara fisik. Dan dibuktikan bahwa Informan III menyukai sebuah pesan dari idola berupa foto yang terlihat *boyfriend material* dimana foto tersebut meyakini sudut pandang *physical attraction* yang menyatakan bahwa Informan III tertarik dengan pesona fisik dari sang idola yang mengagumkan. Informan III mengikuti TREASURE sebelum debut sampai sekarang sehingga dirinya meyakini kedekatannya dengan idolanya telah menimbulkan perasaan emosional dengan idolanya. Apa yang

dirasakan oleh idolanya akan dirasakan pula oleh penggemar. Hal ini bisa dikatakan bahwa tingkatan hubungan parasosial yang dirasakan oleh Informan III pada tingkatan *intense personal feeling*. Dalam tingkatan ini bukan hanya muncul perilaku empati, perilaku imitasi atau meniru idola juga dapat muncul. Penggemar yang melihat pesona fisik dari sang idola hingga memfokuskan perhatian kepada idolanya dapat mempengaruhi suatu keputusan tersendiri, keputusan untuk meniru sang idola atau tidak setelah mengamati idola melalui media internet khususnya aplikasi Weverse.

Menurut [18] pada dasarnya batas antara perasaan persahabatan dan perasaan cinta sulit untuk dibedakan. Seperti pada persahabatan, cinta didasarkan pada keintiman, kepercayaan, dan pengungkapan. Perbedaan dari persahabatan dan cinta sejajar dengan perbedaan antara menyukai dan mencintai, dimana cinta melibatkan keinginan kuat untuk berada dihadapan sosok seseorang dan kerinduan muncul karena menginginkan kedekatan secara fisik. Serta bentuk *parasocial friendship* dapat tumbuh ke bentuk *parasocial love* apabila penggemar telah merasakan hubungan romantis dari sang idola daripada hubungan pertemanan.

Dalam pengembangan hubungan melalui aplikasi Weverse juga membutuhkan waktu yang lebih lama daripada hubungan tatap muka secara personal. Penggemar membutuhkan waktu yang lama untuk mendapatkan pesan atau informasi dari idolanya sesuai dengan keaktifan setiap idola.

Menurut Walther dalam tahap pengembangan relasi yang telah terjalin hubungan antara penggemar terhadap idolanya akan mendorong adanya keinginan atau motivasi untuk membentuk suatu interaksi secara nyata. Seluruh informan dalam penelitian ini merasakan dorongan untuk bertemu dengan idolanya melalui acara resmi seperti konser dan sejenisnya untuk meyakini idolanya secara nyata dan merasakan kesenangan bersama idola dan penggemar lainnya. Dijelaskan pada teori *social information processing* bahwa suatu fenomena dari pengembangan relasi akan membentuk suatu motivasi sebagai awal dari suatu hubungan [13].

Pemaparan ini sejalan dengan faktor yang mempengaruhi hubungan parasosial itu terjadi salah satunya adalah faktor motivasi. Apabila penggemar telah merasakan kesamaan dan sering terhubung melalui aplikasi Weverse dengan idola akan adanya suatu dorongan yang ingin dicapai bersama sang idola. Seperti beberapa informan penggemar TREASURE memiliki tujuan paling mendasar dalam menggunakan aplikasi Weverse adalah mendapat jawaban atau balasan dari sang idola. Serta keinginan yang lebih untuk bertemu langsung dengan TREASURE dan melihat idolanya secara nyata meskipun hanya merasakan suatu euforia seperti konser dan *fanmeeting*. Beberapa penggemar juga ingin sampai pada tahap melakukan interaksi yang nyata melalui acara *fansign* karena acara ini menciptakan suatu interaksi dua arah yang berkesan di hati para penggemar. Pemaparan inilah yang disebut motivasi yang mempengaruhi hubungan parasosial yaitu kebutuhan tentang suatu kepuasan sosial yang ingin dirasakan oleh penggemar.

Selain itu, kebutuhan emosional juga dirasakan oleh informan. TREASURE membagikan suatu pesan dan informasi yang selalu bermakna bagi penggemar. Suatu unggahan yang diberi bukan hanya suatu ucapan biasa, tetapi TREASURE sering berbagi cerita, menanggapi pertanyaan dan bertukar pendapat dengan para penggemar. Segala pesan-pesan yang dibagikan TREASURE menciptakan segala perasaan untuk penggemar. Baik rasa kasih sayang, perhatian untuk idolanya, serta dukungan sebagai penyemangat hidup untuk penggemar. Kebutuhan emosional inilah yang biasa dirasakan oleh penggemar.

Tabel 1. Temuan Hasil Pembahasan Tingkatan Hubungan Parasosial

No.	Tingkatan Hubungan Parasosial	Hasil Pembahasan
1.	<i>Entertainment Social Value</i>	Dari beberapa pernyataan para informan dalam penelitian ini, dapat diketahui bahwa pada tingkatan <i>Entertainment Social Value</i> para penggemar dari idol grup TREASURE yang disebut sebagai TEUME secara sadar memberikan <i>value</i> atau nilai tersendiri bagi karyanya. Bentuk pemberian nilai dimulai dengan munculnya rasa kekaguman dari beberapa sisi diantaranya secara fisik maupun paras yang dinilai menarik oleh para TEUME khususnya ketiga informan yang terlibat dalam penelitian ini.

No.	Tingkatan Hubungan Parasosial	Hasil Pembahasan
2.	<i>Intens Personal Feeling</i>	<p>Kemudian dilanjutkan dengan menjadikan karya-karya TREASURE sebagai sumber kebahagiaan bagi para informan. Terakhir dengan adanya apresiasi kepada karya yang diproduksi oleh TREASURE.</p> <p>Pada tingkatan <i>Intens Personal Feeling</i> para penggemar dari idol grup TREASURE yang disebut sebagai TEUME memiliki kedekatan secara emosional kepada idolanya. Tahapannya dimulai dari niat mereka para informan untuk mencari tahu dan keinginan untuk mengenal secara personal para member TREASURE. Dilanjutkan dengan tahapan upaya para fans untuk melakukan interaksinya kepada idola mereka dengan menggunakan aplikasi weverse, bahkan ditemukan pada informan yang terlibat dalam penelitian ini bahwa mereka rela untuk berlangganan aplikasi tersebut dimana ada biaya yang harus dikeluarkan untuk menjadi status membership. Adanya pengorbanan secara finansial tersebut terbayarkan ketika mereka merasa lebih dekat dengan idolanya, secara pribadi mereka dapat berinteraksi dengan para member TREASURE. Dengan begitu munculah kedekatan secara emosional sehingga dapat dikatakan bahwa TEUME dapat merasakan apa yang sedang dirasakan oleh para member TREASURE.</p> <p>Pada tingkatan ini para penggemar dari idol grup TREASURE yang disebut sebagai TEUME mereka mampu memiliki bentuk kedekatan yang terlihat sangat jelas. Mulai dari sikap <i>overprotective</i> yang mereka ungkapkan dengan menyelamatkan salah satu atau sebagian dari member TREASURE jika mendapat rumor negatif. Kemudian terdapatnya fantasi luar biasa untuk menjadi orang yang paling dekat dengan idola mereka. Hingga adanya obsesi mereka terhadap kedekatan tersebut terlihat dari anggapan sebagai pacar dari idolanya.</p>
3.	<i>Borderline Pathological</i>	

4. Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai fenomena hubungan parasosial penggemar dan idol K-Pop dalam penggunaan aplikasi Weverse, dapat disimpulkan bahwasanya aplikasi weverse mendukung setiap penggemar untuk menjadikan Weverse sebagai media sosial yang wajib dimiliki penggemar dalam melakukan komunikasi dan ingin mengetahui berbagai informasi terkait idolanya. Dari pengalaman masing-masing penggemar TREASURE MAKER Samarinda mengetahui bahwa aplikasi Weverse adalah aplikasi dimana para penggemar akan melakukan pertukaran pesan atau informasi serta mengekspresikan diri sebagai penggemar K-Pop dengan bantuan fitur-fitur yang tersedia. Bentuk hubungan parasosial yang ditunjukkan oleh Penggemar TREASURE MAKER Samarinda melalui penggunaan aplikasi Weverse yang dilihat dari sudut pandang ketiga tingkatan menurut Maltby, Giles, dan McCutcheon yakni terkait *Entertainment Social Value*, *Intens Personal Feeling*, dan *Borderline Pathological*. Hasilnya dapat dilihat bahwa ketiga informan sudah melewati ketiga tingkatan tersebut, sehingga mereka tidak merasa rugi untuk mengeluarkan biaya guna kegiatan *fandom*, merasakan dekat dengan idolanya karena memiliki intensitas tinggi dalam hal interaksi melalui media sosial, hingga merasa memiliki kedekatan secara emosional yang dapat memengaruhi dirinya secara sikap untuk memperlakukan atau menganggap idola tersebut sangat spesial seperti orang terdekatnya. Selanjutnya temuan atau hasil penelitian dianalisis melalui teori *social information processing* terdapat tiga tahapan yang ditemukan yaitu tahap komunikasi interpersonal, tahap pembentukan kesan, dan tahap pengembangan relasi.

Ditemukan dalam penelitian ini terhadap penggunaan aplikasi Weverse TREASURE MAKER Samarinda bahwa pada tahapan informasi interpersonal berisi penggemar menampilkan identitas dirinya sebagai sosok penggemar dari TREASURE dengan mengungkapkan sesuatu yang unik untuk dilihat oleh idolanya serta pengguna Weverse lainnya. Pengungkapan diri tersebut ditunjukkan sebagai sumber kebahagiaan dan kebanggaan tersendiri yang dirasakan penggemar. Semakin banjirnya informasi antara para penggemar dan idolanya melalui aplikasi Weverse akan memasuki tahapan pembentukan kesan dimana para penggemar akan mengelola dan membangun suatu pesan dengan idolanya yang ingin disampaikan melalui berbagai fitur yang tersedia. Penggemar TREASURE MAKER Samarinda menganggap idolanya sebagai sosok teman dan *support system* bahkan menganggap sebagai keluarga yang dicintai dan dirindukan. Bagi peneliti lainnya yang ingin mengkaji fenomena yang serupa diharapkan dapat melakukan penelitian yang mendalam dengan menggunakan berbagai pendekatan teori komunikasi yang tidak terbatas dari konsep parasosial disertai dengan konsep-konsep yang lebih spesifik.

5. Daftar Pustaka

- [1] Sulastri, E. (2023). HUBUNGAN PARASOSIAL IDOL GROUP KOREA SELATAN TREASURE MELALUI APLIKASI WEVERSE. *Multikultura*, 2(1), 68-90.
- [2] Giles, D. C. (2002). Parasocial interaction: A review of the literature and a model for future research. *Media psychology*, 4(3), 279-305.
- [3] SETYANINGRUM, C. L. D. (2021). RESEPSI AUDIENS TENTANG PLAYLIST BERJUDUL VLOG PADA CHANNEL YOUTUBE HANSOL (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA).
- [4] Hanan, M. S., Kusuma, R. S., Sos, S., & Kom, M. I. (2021). *Interaksi Parasosial Antara Idola Dengan Penggemarnya* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- [5] 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. DOI: <http://dx.doi.org/10.30813/bricolage.v7i2.2755>.
- [6] Frismadewi, R., & Darminto, E. (2022). Hubungan antara status identitas dan kontrol diri dengan perilaku imitasi budaya k-pop pada remaja pelajar. *Terapeutik: Jurnal Bimbingan dan Konseling*, 6(2), 281-296.
- [7] 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. DOI: <https://doi.org/10.34007/jehss.v5i3.1263>.
- [8] Moleong, L. J. (1989). Metodologi penelitian kualitatif. (*No Title*).
- [9] Bodo, A. B. (Ed.). (2009). *Computer-mediated communication for linguistics and literacy: Technology and natural language education: Technology and natural language education*. IGI Global.
- [10] Nurdin, A. (2020). *Teori Komunikasi Interpersonal Disertai Contoh Fenomena Praktis*. Prenada Media.



- [11] 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. DOI: <https://doi.org/10.30596/keskap.v2i2.16065>.
- [12] Sagita, A., & Kadewardana, D. (2017). Hubungan parasosial di media sosial: Studi pada fandom army di twitter. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 8(1), 45-58.
- [13] Apriliani, I., Muharsih, L., & Rohayati, N. (2021). Fanatisme dan perilaku konsumtif pada komunitas penggemar K-Pop di Karawang. *Empowerment Jurnal Mahasiswa Psikologi Universitas Buana Perjuangan Karawang*, 1(1), 75-84.
- [14] Ayu, N. W. R. S., & Astiti, D. P. (2020). Gambaran celebrity worship pada penggemar k-pop. *Psikobuletin: Buletin Ilmiah Psikologi*, 1(3), 203-210. DOI: <http://dx.doi.org/10.24014/pib.v1i3.9858>.
- [15] Al Hanif, K. L., & Rachmawati, I. (2022, August). Hubungan antara Penggunaan Aplikasi LYSN dengan Kedekatan Interpersonal Fans K-POP pada Boygroup NCT. In *Bandung Conference Series: Communication Management* (Vol. 2, No. 2, pp. 538-544). DOI: <https://doi.org/10.29313/bcscm.v2i2.3766>.