

Hubungan Parasosial Army di Weverse (Studi Pada Komunitas Army Balikpapan)

Kristin Vidyas Ulandari ¹, Ainun Ni'matu Rohmah ^{2*}

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

Email: kristinvidyasulandari@gmail.com ¹, ainunrohmah@fisip.unmul.ac.id ^{2*}

Histori Artikel:

Dikirim 26 Februari 2024; *Diterima dalam bentuk revisi* 22 Maret 2024; *Diterima* 1 April 2024; *Diterbitkan* 10 Mei 2024. Semua hak dilindungi oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) STM IK Indonesia Banda Aceh.

Abstrak

Hubungan parasosial merupakan keterlibatan penggemar yang merasakan hubungan dengan idola hingga merasa dekat secara emosional karena dalam prosesnya memberikan kepuasan sendiri pada setiap penggemar. Hubungan parasosial yang terjadi antara penggemar K-pop Grup BTS dengan penggemarnya yaitu ARMY yang terjalin di media digital Weverse. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui gambaran hubungan parasosial dengan melihat tingkatan interaksi parasosial penggemar yaitu Entertainment Social Value, Intense Personal Feeling, Bonderline Pantalogical Tendency. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan metode fenomenologi yaitu jenis penelitian kualitatif yang melihat dan mendengar dengan jelas dan rinci terkait penjelasan dan pemahaman individu berdasarkan pengalamannya. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik sampling bertujuan (purposive sampling). Pengambilan sampel berupa observasi, dokumentasi dan wawancara mendalam sebagai data primer dianalisis dengan model Miles dan Huberman. Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa penggemar merasa mempunyai kedekatan secara emosional dengan BTS yang ditunjukkan dengan interaksi parasosial ARMY yaitu berada pada tingkatan Entertainment Social Value pada aspek motivasi, tingkatan Intense Personal Feeling ditemukan aspek Intensitas, dan tingkatan Bonderline Pantalogical Tendency ditemukan aspek obsesi, perilaku rela melakukan apa saja, pemikiran irrational dan tidak terkontrol.

Kata Kunci: Hubungan Parasosial; Penggemar; Komunitas; ARMY; Weverse.

Abstract

Parasocial relationships is the participation of fans who connect with an idol and become emotionally attached to them because the process satisfy each fan individually. The parasocial relationship that occurs between fans of the K-pop group BTS and their fans, namely ARMY, is established on the digital media Weverse. The aim of this research is to understand the description of parasocial relationships by looking at the levels of fan parasocial interaction: Entertainment Social Value, Intense Personal Feeling, Bonderline Pantalogical Tendency. This research employs the phenomenological method, a qualitative approach that allows for detailed observation and hearing of people's individual explanations and understandings based on their experiences. The sampling technique in this research used purposive sampling technique. Sampling took the form of observation, documentation and in-depth interviews as primary data analyzed using the Miles and Huberman model. According to the study's findings, fans' emotional attached to BTS were shown by ARMY's parasocial interactions, which included motivation aspect at the Entertainment Social Value level, intensity aspect at the Intense Personal Feeling level, and obsession aspect, willing to do anything behaviour, irrational and uncontrollble thinking at the Bonderline Pantalogical Tendency level.

Keyword: Parasocial Relationships, Fans, Community, ARMY, Weverse.

1. Pendahuluan

Budaya populer atau budaya pop berkembang dan menjadi bagian yang diminati oleh masyarakat modern masa kini. Kenyataan ini dapat ditemui di media-media yang sekarang telah menjadi bagian yang lekat dengan masyarakat dan mengkonsumsinya sesuai tujuan dan kebutuhannya. Masyarakat memiliki peran dan ikut serta dalam praktik budaya populer yang sedang berkembang di era sekarang ini (Sagita & Kadewardana, 2017). Perkembangan budaya populer beriringan dengan berkembangnya teknologi informasi dan adanya akses internet sehingga pertukaran budaya dapat dengan cepat terserap dan diterima oleh masyarakat karena setiap individu terkoneksi dengan jaringan internet (Alfadhil *et al.*, 2021). Teknologi industri yang semakin berkembang dengan pesat menyebarkan budaya populer dan menjadikan masyarakat menikmati dan menerima budaya baru (Gusri *et al.*, 2021).

Korean Wave atau *Hallyu* merupakan bagian dari budaya populer yang dimanti oleh masyarakat secara global (Ainslie *et al.*, 2017). *Korean wave* muncul dan identik pada dunia *entertainment*, musik, drama dan *variety shows* yang dikemas dengan menarik dengan menampilkan kebudayaan Korea. Seiring dengan perkembangannya produk atau hal-hal yang bersangkutan dengan korea banyak diminati masyarakat luas (egsaugm, 2023). Dalam perkembangannya terbagi menjadi empat masa, yaitu *Hallyu* 1.0 yang meliputi K-Drama, *Hallyu* 2.0 K-pop, *Hallyu* 3.0 K-Culture, dan *Hallyu* 4.0 K-style. Namun yang mempunyai pengaruh besar terdapat di *Hallyu* 2.0 K-pop (Bok-rae, 2016). Pemicu utama fenomena *Hallyu* yang semakin melesat didukung oleh media, media digunakan sebagai alat utama untuk menyebarkan budaya di era globalisasi karena peran media sebagai jembatan antara konten budaya populer agar diterima oleh masyarakat yang menjadi konsumen (Okezone, 2023). Di era perkembangan teknologi sekarang memunculkan berbagai *platform* yang disebut dengan *New media* dalam perkembangannya media baru menciptakan dunia bersama (*virtual/cyber community*). Ciri utama dari media baru adalah saling terhubung, dapat diakses oleh semua orang. Jejaring sosial merupakan wujud dari media sosial yang sangat luas dan digunakan oleh seluruh dunia (Murniasih *et al.*, 2021). Berkembangnya jenis-jenis media baru dengan kemudahan yang didapat sehingga dimanfaatkan oleh penggemar untuk membentuk komunitas atau kelompok dalam dunia virtual yang disebut dengan *Cyberfandom*. *Cyberfandom* merupakan sekumpulan orang yang memiliki kegemaran atau kesukaan yang sama yang bertemu di dunia virtual dan membentuk komunitas virtual (Nahwa, 2023).

Salah satu wujud *cyberfandom* bisa ditemui dalam komunitas penggemar digital yang tergabung dalam *platform* khusus seperti Weverse. Weverse merupakan aplikasi yang dirilis oleh Benx yang merupakan anak perusahaan dari Big Hit Entertainment yang dirilis pada 10 juni 2019 (Salma Maritza Riad, 2023). Aplikasi ini dibuat untuk para penggemar mengunggah teks maupun foto keseharian dan bisa secara langsung dikomentari dan dilihat oleh idolanya, akan tetapi dalam aplikasi ini juga terdapat konten yang dinikmati oleh para penggemar secara gratis maupun berbayar. Aplikasi digital Weverse merupakan aplikasi yang banyak di pilih oleh penggemar K-pop menurut Google Play Store dengan total yang penginstalan aplikasi sebanyak 10 juta lebih (Putra & Febriana, 2023). BTS merupakan salah satu *boyband* yang mengembangkan komunitas fansnya dengan memanfaatkan aplikasi media digital Weverse.

BTS (Bangtan Sonyeondan) merupakan *boyband* dari korea selatan yang debut pada tahun 2013 yang memiliki tujuh member dengan Kim Namjoon (RM) sebagai *Leader* dan *Rapper*, Kim Soekjin (Jin) sebagai *Visual* dan *Vocal line*, Min Yoongi (Suga) sebagai *Rapper*, Jung Hoseok (J-Hope) sebagai *Rapper* dan *Main Dancer*, Park Jimin (Jimin) sebagai *Lead Vocal* dan *Dancer*, Kim Taehyung (V) sebagai *Vocal* dan *Dancer*, Jeon Jungkook (Jungkook) sebagai *Main Vocal* dan *Dancer*. Kesuksesan BTS dengan meraih penghargaan Internasional seperti *Boyband* pertama asal Korea Selatan yang kedua kalinya masuk nominasi Grammy Awards pada tahun 2021 masuk nominasi melalui kategori Best Pop Duo/Group Performance dan 2022 best pop duo/group untuk lagu Butter. Kesuksesan yang diraih sampai ke taraf Internasional ini yang membedakan BTS dengan *boyband* atau *girlband* lainnya. BTS memiliki fandom ARMY yang merupakan fandom terbesar dengan jumlah 18 juta orang yang tersebar di seluruh dunia (Perbawani & Nuralin, 2021). ARMY adalah komunitas yang di dalamnya berisikan beribu-ribu para penggemar BTS dan mereka memiliki satu konsep yang sama yaitu kesetiaan bagi

idolnya (Danella Amara, 2023). Julukan ini diberikan kepada ARMY karena dukungan dan dedikasi yang kuat untuk BTS. Hubungan ARMY dengan BTS sangat terjalin dengan kuat dan membawa pengaruh untuk mengajak berbuat lebih baik dan bermanfaat. Kedekatan BTS dengan ARMY juga yang mendasari mereka ingin terus menerus melakukan sesuatu dengan mengatasnamakan BTS karena penggemar merasa diistimewakan sebagai penggemar.

ARMY dianggap mempunyai kekuatan yang besar dikarenakan memiliki jumlah penggemar yang ada di berbagai penjuru dunia mulai dari tingkat global, nasional hingga lokal. Salah satunya ada di Kalimantan Timur, terdapat banyak sekali komunitas ARMY pada kota-kota besar di Kalimantan Timur. Salah satunya komunitas ARMY Balikpapan, Komunitas ARMY Balikpapan mempunyai basis yang kuat di media sosial Instagram dengan jumlah pengikut 26,9K. BTS juga membangun hubungan yang baik dengan ARMY dengan melakukan interaksi dan aktif memberikan tayangan-tayangan di media seperti setiap member dari BTS rajin mengunggah atau membagikan kehidupan nya di media seperti di Weverse, interaksi yang dilakukan di Weverse antara BTS dan ARMY sangat intim dikarenakan langsung Idol yang membalas dan memberikan tanggapan kepada penggemar. Interaksi ini disebut dengan interaksi parasosial merupakan hubungan yang dirasakan seperti menjalin persahabatan dengan selebritas yang ada pada media, berdasarkan bentuk perilaku kelekatan yang dimiliki terhadap selebritas tersebut hal ini memicu rasa emosional yang tinggi antara penggemar dan idola.

Interaksi Parasosial terjadi ketika penonton memberikan tanggapan pada persona media dengan cara membalas dan berbicara di depan layar televisi atau buku, tertawa dan merasakan kekhawatiran maupun ketakutan. Ketika penggemar mulai merasakan kedekatan secara emosional dan merasa menjadi teman terhadap tokoh yang ada pada media, ini menjadi faktor penting untuk melihat lebih jauh hubungan parasosial. Penelitian terkait hubungan parasosial ini bukan menjadi fenomena pertama yang penulis lakukan terdapat pula hasil penelitian terdahulu yang membahas fenomena yang serupa seperti penelitian yang dilakukan oleh Ananda Noviasyri Putri 2022 yang berjudul *Fantasi dan Ilusi: Interaksi Parasosial Fandom ARMY BTS di Media Sosial* pada penelitian ini menghasilkan temuan bahwa kehadiran media baru memberikan karakter interaksi parasosial yang berbeda dari media lama karena para penggemar bisa menjalin hubungan dengan BTS seperti sedang melakukan komunikasi interpersonal tanpa mendapatkan perhatian (Noviasyri, 2022).

Pulung S. Perbawani, Almara J. Nuralin 2021 dengan judul *Hubungan Parasosial dan Perilaku Loyalitas Fans dalam Kpop di Indonesia*, penelitian ini menunjukkan bahwa hubungan yang signifikan antara parasosial dengan loyalitas fans. Lidwina Mutia Sadasari 2022 dengan judul *Parasocial Relationship dengan Selebritas (Studi Kualitatif pada Praktik Penggunaan Fandom Applications)* dalam temuan ini aspek dalam hubungan parasosial dalam temuan ini menunjukkan dominasi hubungan dengan selebritas dengan individu untuk mengikuti dan melihat konten selebritas sebagai hiburan dan sebagai tokoh yang memberikan pemenuhan akan kebutuhan romansa (Sadasari, 2022). Berdasarkan fenomena hubungan parasosial ARMY BTS, peneliti tertarik untuk mengetahui dan mendeskripsikan lebih lanjut gambaran interaksi parasosial yang terjadi dengan melihat aktivitas dan tingkatan hubungan yang terjalin melalui aplikasi media digital Weverse studi ini dilakukan pada komunitas ARMY di Balikpapan.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Sugiyono (2010) menjelaskan bahwa pendekatan kualitatif disebut metode penelitian naturalistik karena digunakan untuk meneliti kondisi yang alamiah. Metode penelitian kualitatif berlandaskan postpositivisme dengan memandang suatu fenomena sebagai suatu hal yang dapat diklasifikasikan, diukur, diamati. Metode yang akan digunakan adalah fenomenologis, yaitu jenis penelitian kualitatif yang melihat dan mendengar dengan jelas dan rinci terkait penjelasan dan pemahaman individu berdasarkan pengalamannya.

Tujuan penelitian fenomenologis untuk menjelaskan pengalaman yang dialami seseorang dalam kehidupan termasuk interaksi yang dilakukan dengan orang di lingkungan sekitar. Penelitian fenomenologis mengutamakan dalam mencari, memahami dan mengutarakan fenomena. Fokus dalam metode penelitian kualitatif terletak pada kajian kesadaran manusia dan makna subjektifnya sebagai fokus untuk memahami tindakan sosial. Fokus dalam penelitian terkait hubungan parasosial ARMY di Weverse ingin melihat hubungan parasosial yang terbangun melalui interaksi parasosial yang dilakukan dan tingkatan interaksi parasosial inilah yang peneliti gunakan menurut, meliputi: *Entertainment social value* atau hiburan sosial, penggemar mempunyai motivasi untuk mencari tahu secara aktif mengenai idolanya, hal ini di dasari penggemar yang kagum dengan idola sebab aspek hiburan yang diberikan oleh idolanya.

Intense personal feeling, penggemar mempunyai keinginan untuk meningkatkan intensitas kepada idola, melakukan kegiatan fans yang menyebabkan meningkatkan intensitas dan keterlibatan anatar individu dengan idolanya, dan penggemar menganggap mempunyai kedekatan secara emosional antara dirinya dengan idolanya. *Bonderline pathological tendency*, merupakan tingkatan yang paling berbahaya, karena keinginan penggemar untuk mempunyai keinginan yang kuat dan menjadi terobsesi untuk menjadi yang paling dekat dengan idolanya dan menganggap sebagai kekasih. Penggemar rela melakukan apa saja demi idola meskipun melanggar norma maupun hukum yang berlaku. Penggemar pada tingkatan ini memiliki pemikiran yang sulit untuk *irational* dan tidak dikontrol. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer wawancara observasi dan dokumentasi serta data sekunder menggunakan studi literatur, penelitian terdahulu, buku, jurnal-jurnal dan artikel yang berkaitan dengan penelitian. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik sampling bertujuan (*purposive sampling*) dengan membuat kriteria dan orang yang mudah ditemui oleh peneliti. Kegiatan dalam analisis data kualitatif dengan menggunakan analisis model Miles dan Huberman Sugiyono (2019) yaitu: pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, kesimpulan dan verifikasi data.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Gambaran Umum

Pada bab ini penulis menyajikan data hasil yang diperoleh di lapangan melalui observasi, wawancara dan studi literatur berupa artikel dan jurnal yang berhubungan dengan penelitian. Selain itu penulis juga memberikan gambaran umum terkait komunitas ARMY Family Balikpapan, aplikasi digital Weverse untuk memudahkan penelitian dalam penyajian data, maka penulis memberikan gambaran umum yaitu sebagai berikut:

3.1.1 Komunitas ARMY Family Balikpapan

Berkembangnya komunitas K-pop diberbagai kota merupakan sebuah kenyataan yang dihasilkan dari perkembangan sosial masyarakat yang semakin beragam. Jumlah penggemar yang banyak tentu akan melahirkan berbagai kelompok yang terbagi atas perbedaan domisili. Salah satu komunitas penggemar K-pop adalah ARMY Family Balikpapan. Komunitas ARMY ini merupakan suatu kelompok penggemar atau fandom tempat berkumpulnya penggemar BTS (*Bangtan Boys*). Komunitas ARMY Family Balikpapan adalah salah satu Komunitas yang ada di Kota Balikpapan yang dibentuk sebagai komunitas pada tanggal 24 Desember 2020.



Gambar 1. Logo Komunitas ARMY Family Balikpapan

Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2023

Saat ini komunitas *ARMY Family* Balikpapan beranggotakan 102 orang. Komunitas *ARMY Family* ini tidak mempunyai struktur kelompok, di dalam komunitas ini tidak mempunyai ketua akan tetapi mempunyai 4 koordinator yaitu Nurdev, Yuni, Buna, dan Nona sebagai admin yang memegang dan mengurus kepentingan yang berhubungan dengan *event* atau project yang akan diselenggarakan oleh komunitas *ARMY Family* Balikpapan. *ARMY Family* Balikpapan mengusung sistem kekeluargaan seperti nama komunitas yaitu *family* berarti keluarga, komunitas ini mengusung konsep dengan menjadikan komunitas ini sebagai rumah bagi ARMY yang ada di Balikpapan, hal ini dikarenakan komunitas sendiri diisi oleh ARMY yang terdiri dari berbagai kalangan manusia, dari usia yang berbeda, tingkat pendidikan, pekerjaan, hingga status ekonomi yang semuanya beragam, sehingga komunitas *ARMY Family* Balikpapan ini bisa menjadi komunitas yang membuat ARMY tidak hanya terfokus untuk mendukung BTS secara bersama-sama, akan tetapi terus mendukung tanpa memikirkan perbedaan-perbedaan yang ada.

Komunitas *ARMY Family* Balikpapan merupakan salah satu komunitas yang aktif menyelenggarakan kegiatan. Berbagai macam kegiatan yang sudah dilakukan komunitas ini diantaranya mengadakan *project* amal setiap member BTS (*Bangtan Boys*) sedang berulang tahun salah satunya seperti Misi ARMY dalam rangka ulang tahun member BTS dengan membuka donasi “BTS ARMY Balikpapan Peduli Kelestarian Orangutan” project ini digagas sebagai bentuk tumbuh dan bersama dan setara dengan Idolanya, dan BTS ARMY Balikpapan wujudkan aktivisme Fandom dengan membantu konservasi orangutan Kalimantan Timur. Project amal berbagi ke panti asuhan spesial ulang tahun member, *anniversary* BTS dan ARMY, membantu open donasi ketika ada musibah di Indonesia. Selain project amal komunitas ini juga aktif mengadakan event seperti nonton konser online BTS bersama, Festival K-pop. Diluar event resmi yang dilaksanakan Komunitas *ARMY Family* Balikpapan, Komunitas ini juga rutin mengadakan pertemuan-pertemuan yang dihadiri oleh beberapa anggota komunitas, bertujuan untuk mengakrabkan diri antar anggota, untuk kegiatan seperti ini biasanya tidak terstruktur kegiatan yang ada didalamnya seperti event resmi, karena hanya untuk ngobrol dan menjalin silaturahmi antar anggota.

3.1.2 Aplikasi Weverse

Di dalam dunia hiburan K-Pop penyampaian informasi mengenai idolanya memberikan kesenangan bagi para penggemarnya. Maka dari itu, beberapa pihak membuat sebuah aplikasi digital dengan fungsi yaitu mempermudah para penggemar untuk mendapatkan sebuah informasi yang cepat informatif. Salah satu perusahaan yang bergerak di industry hiburan K-pop Korea Selatan adalah HYBE Corporation. HYBE Corporation merupakan sebuah agensi hiburan asal Korea Selatan yang menciptakan sebuah *platform* digital berupa aplikasi Weverse yang bertujuan sebagai media baru yang mempunyai fungsi untuk mempermudah para penggemar mendapatkan sebuah informasi seputar idolanya, dan mempermudah penggemar untuk berinteraksi dengan idolanya melalui aplikasi Weverse.



Gambar 2. Logo Aplikasi Weverse

Sumber: Dokumentasi Peneliti. 2023

Weverse digunakan oleh penggemar untuk memposting dalam bentuk teks, foto, maupun video. Weverse juga dapat memberikan suka kepada setiap postingan, balasan komentar, dan konten-konten eksklusif yang hanya terdapat di Weverse. Terdapat terdapat fitur translate dari berbagai bahasa yaitu Bahasa Inggris, Korea, Jepang, Cina, Spanyol, Portugis, Indonesia, Melayu, dan Thailand yang memudahkan dalam mencari informasi dan berkomunikasi dengan sesama fandom maupun bersama idola. Khusus bagian media, terdapat konten special BTS seperti video musik, rekaman konser, hingga acara khusus seperti Run BTS. akan tetapi tidak semua konten dapat ditonton secara gratis. Beberapa program mengharuskan ARMY untuk membeli langganan atau menjadi *membership* BTS untuk menikmati konten eksklusif.

3.2 Hasil Penelitian

Data penelitian mengenai Hubungan Parasosial ARMY di Weverse (Studi pada Komunitas ARMY Family Balikpapan). Hubungan parasosial yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana hubungan parasosial ARMY dengan Bangtan Boys (BTS) sehingga memunculkan interaksi parasosial yang dilakukan di media digital Weverse dengan memfokuskan kepada tingkatan di dalam interaksi sosial dengan tiga indikator berupa *Entertainment Social Value*, *Intense Personal Feeling*, *Bonderline Panthalogical Tendency*. Temuan hasil penelitian mengenai tingkatan interaksi parasosial akan di uraikan dengan tiga indicator sebagai berikut:

3.2.1 *Entertainment Social Value*

Tingkat pertama, *entertainment social value*, biasanya merupakan tahap paling menguntungkan dari hubungan parasosial. Pada tahap ini, ARMY menghormati dan menikmati konten BTS dan konten yang dihasilkan oleh BTS dipandang sebagai sumber hiburan. Pada tingkatan *entertainment social value* ditemukan aspek motivasi yang dialami oleh penggemar sebab aspek hiburan yang diberikan oleh idolanya sehingga tercipta kepuasan dan dampak yang dialami oleh penggemar. Sebagai seorang penggemar ARMY mempunyai motivasi tersendiri yang mendasari keinginannya untuk mencari tahu secara aktif mengenai hal-hal yang berkaitan dengan idolanya. Informan mencari tahu informasi mengenai BTS melalui Weverse dan media sosial seperti yang diungkapkan oleh Reggy:

“Pasti dari Weverse juga udah paling utama. Weverse dulu baru Twitter baru ditempat lainnya (Wawancara Reggy, 2023)”.

Weverse sebagai media digital yang digunakan oleh informan, sebagai ARMY wajib untuk mempunyai aplikasi Weverse karena Weverse adalah media digital yang mewawdahi para penggemar dan idol untuk tujuan dan kepentingan yang sama. Para informan memilih untuk menjadi ARMY Membership karena sebagai penggemar ini merupakan bentuk loyalitas dan dukungan kepada BTS. informan mengaku mendukung setiap karya dan hasil konten yang dihasilkan karena mereka memberikan suatu kesanangan dan merasa terhibur. Seperti yang di ungkapkan oleh informan kenapa menyukai BTS. Informan sangat tertarik dengan BTS, hal yang dilakukan adalah melakukan pencarian mengenai kehidupan setiap member BTS, acara apa yang akan didatangi oleh BTS, tanggal lahir setiap member BTS, apa yang disukai dan tidak disukai oleh BTS, ARMY akan sangat senang juga berbicara

mengenai BTS. Menurut para informan, dibandingkan dengan media sosial, Weverse ini jauh lebih update dalam memberikan kabar apapun mengenai member BTS. Motivasi Reggy untuk mencari tahu tentang BTS dikarenakan Reggy menikmati karya lagu seperti yang diungkapkan bahwa Reggy menyukai industri K-pop karena lagunya dan lagu BTS sesuai dengan selera Reggy dengan makna-makna lagu yang memotivasi Reggy. Motivasi ARMY mencari konten BTS juga didasari oleh kemampuan BTS untuk menangkap perhatian dengan konten-konten yang dihasilkan sehingga BTS dianggap menghibur. Penggemar mempunyai motivasi untuk mencari tahu secara aktif mengenai idolanya. Seperti yang diungkapkan oleh para informan Reggy, Rini dan Yuni dan Buna merasa terhibur saat mendengar suara idola, penampilan nya yang tampan, kemampuan dance yang keren dan kemampuan membuat lelucon di acara *variety*. Interaksi parasosial para informan dengan BTS adalah mengikuti perkembangan BTS dan segala informasi mengenai BTS selalu menjadi hal yang menarik untuk terus diikuti. Rini mengaku merasa enjoy walaupun interaksi hanya dilakukan hanya melalui media sosial atau Weverse. Hal serupa juga dialami oleh Buna melalui kutipan wawancara dibawah ini:

“Menurut aku interaksi lewat Weverse itu aja dah happy, gak perlu ketemu secara langsung. Kita gak ketemu aja udah dapat feel nya tetep enjoy (Wawancara Buna, 20 November 2023)”.

Weverse sebagai media yang digunakan BTS untuk memberikan kabar kepada penggemarnya, kabar yang diberikan berupa kegiatan sehari-hari yang dilakukan, menyapa ARMY, memberikan kata semangat dan motivasi, interaksi yang diberikan kepada penggemar ini yang menjadikan media digital Weverse sebagai media yang membangun kedekatan antara penggemar dan idolanya. kabar dari BTS sangat ditunggu oleh para informan, karena lewat Weverse mereka bisa memantau perkembangan dan info terbaru, ketika merasa sudah mendapatkan kabar informan akan merasa lega dan tidak khawatir. Perasaan terhibur ini yang menjadi alasan para informan mulai mengidolakan BTS, dan akhirnya mulai mendalami keingintahuan mereka tentang BTS baik masing-masing personal member BTS dan kisah perjuangan awal karir BTS yang dianggap menginspirasi. Dari konten-konten yang dihasilkan dan dapat diakses oleh penggemar di Weverse menimbulkan dampak yang dirasakan oleh penggemarnya. Konten mereka menjadi penyemangat dan memberikan dampak positif dalam kehidupan penggemar.

Penggemar merasakan keterlibatan secara pribadi yang kuat dengan BTS dapat dilihat dalam komunitas yang aktif, membangun relasi sosial yang mendalam, dan berkontribusi pada kegiatan atau tujuan bersama yang muncul karena adanya interaksi parasosial, keterlibatan karena ketergantungan dari konten dan hiburan dari BTS menciptakan pengalaman sosial yang positif seperti kegiatan sosial yang berkaitan dengan hiburan. Terbentuknya hubungan yang dekat karena penggemar merasa kagum dengan BTS dan menjadikannya panutan, maka penggemar mengembangkan hubungan yang dekat dengan BTS mencari keintiman dan keingintahuan tentang BTS bukan hanya sekedar karya dan konten yang dihasilkan sebagai hiburan tapi interaksi parasosial ke tingkatan yang lebih mandalam. Selain membawa perubahan terhadap perilaku dan para informan kagum dengan BTS sebab aspek hiburan yang diberikan oleh BTS. Penggemar juga merasa konten yang diberikan menjadi peralihan ketika lelah dengan kehidupan

3.2.2 *Intense Personal Feeling*

Pada tingkatan *Intense Personal Feeling* hubungan parasosial berkembang menjadi pengalaman yang lebih mendalam secara personal individu dan merasakan keterlibatan emosional yang kuat dan mempunyai keinginan untuk meningkatkan intensitas kepada idola. Pada tingkatan *Intense Personal Feeling* ditemukan 2 aspek pada fokus penelitian pada tingkatan interaksi parasosial ARMY pada Weverse yaitu Intensitas dan Aktivitas penggemar yang akan dijelaskan pada sub bab sebagai berikut:

1) Intensitas

Para informan menghabiskan waktu sendirian dirumah dan intensitas yang tinggi terhadap BTS sehingga terus menerus mencari informasi tentang BTS Kebiasaan mengecek informasi tentang BTS setiap hari. Rini merasa ada yang kurang jika tidak melihat wajah idola, apalagi untuk sekarang member

favorit di BTS yaitu Kim Soekjin (Jin) sedang wamil maka Rini merasa khawatir jika tidak mendengar kabarnya. Perasaan khawatir agar tidak ketinggalan informasi mengenai idolanya, membuat penggemar menjadi adiktif untuk terus memantau perkembangan informasi tentang idolanya. Mereka pada umumnya akan meluangkan waktunya untuk mencari tahu informasi, bahkan mereka akan berdiskusi dengan kelompok penggemar.

Rini juga merasa mempunyai ketergantungan yang tinggi untuk terus mencari tahu tentang konten dari BTS, Rini tidak bisa berhenti dan memikirkan serta mencari-cari informasi tentang BTS. Hampir setiap hari Rini mencari konten BTS di semua platform seperti Weverse, Sosial Media Instagram, YouTube. Penggemar merasa memiliki kebutuhan untuk mengetahui apapun tentang informasi dan keseharian BTS mulai dari berita terbaru hingga informasi pribadi mengenai member BTS. Intensitas yang dilakukan oleh penggemar untuk mengembangkan hubungan dengan BTS seperti yang dilakukan oleh Yuni, Yuni merasa mempunyai kedekatan secara emosional dengan BTS ketika dia melakukan aktivitas penggemar di Weverse. Seperti BTS melakukan siaran langsung di Weverse tidak pernah sekalipun Yuni tertinggal untuk menonton siaran langsungnya karena baginya disituasi ketika member BTS melakukan siaran langsung atau *update* di Weverse Yuni bisa merasakan kedekatan secara emosional. Seperti yang dikatakan dalam wawancara sebagai berikut:

“Pas mereka lagi update tu seneng banget, gak mau ketinggalan. Apalagi tu kalau sudah live gak boleh itu ketinggalan biarpun jam 2 malam, 3 malam, 5 malam selagi masih melek itu pasti aku nonton si. Gak boleh ketinggalan pokonya (Wawancara Yuni, 15 Oktober 2023)”.

Intensitas yang dilakukan bukan hanya ingin mengetahui kabar BTS secara personal akan tetapi intensitas dalam mengonsumsi karya BTS seperti karya lagu BTS. Reggy menyukai BTS karena lagu-lagu BTS, mendengar lagu atau menonton video musik merupakan rutinitas yang dilakukan oleh Reggy. Meski sudah didengarkan setiap hari, Reggy tidak pernah merasa bosan. Walaupun Reggy sibuk dengan pekerjaannya, Reggy merasa tidak terganggu dengan aktivitasnya sebagai ARMY.

2) Aktivitas Penggemar

Sebagai penggemar mengungkapkan perasaan suka kepada idolanya menjadi hal yang sudah biasa dilakukan. Pengungkapan rasa cinta dan kagum kepada idola yang dilakukan oleh informan yaitu melalui Weverse dan media sosial. Akun media sosial dibuat khusus untuk memposting tentang kesukaan terhadap idolanya bahkan isi postingan lebih banyak tentang pengungkapan rasa sayang mereka kepada idola. Media digital Weverse bukan hanya member BTS yang bisa memberikan kabar kepada penggemarnya, penggemar juga bisa menggunakan Weverse untuk memposting kegiatan kesehariannya, mengungkapkan perasaan kagum nya kepada BTS, membagikan foto dan video tentang BTS. Seperti informan Rini yang membagikan perasaannya melalui Weverse, meski kemungkinan sangat kecil untuk ditanggapi, namun mereka seperti mendapatkan kepuasan tersendiri ketika mencurahkan perasaannya di Weverse.

“Posting di weverse ungkapan kayak I miss you, I love you. Apalagi kalau lama gak update terus suka kangen jadi ya luapin di weverse kayak jaga Kesehatan. biasa ke orang yang lagi dekat sama kita gitu ngasih perhatian (Wawancara Rini, 2 November 2023)”.

Informan Rini dan Buna, mereka mengaku bahwa mereka sering menggunakan Weverse untuk menunjukkan rasa cinta nya kepada BTS. Rini membuat surat untuk para member dan terkhusus kepada Kim soekjin yang akan berangkat Wajib Militer. Rini membuat surat dengan Bahasa Inggris, dalam surat tersebut Rini menulis ucapan terimakasih kepada Kim Soekjin karena sudah hadir dalam hidup Rini, membawa dampak positif karena Rini menjadi lebih percaya diri dan mau bangkit lagi berkat Kim soekjin dan lagu-lagu BTS yang menginspirasi. Di akhir kalimatnya Rini menulis harapan untuk Kim soekjin yang akan berangkat wajib militer semoga sehat selalu dan kembali dengan baik. Interaksi yang dilakukan Rini layaknya orang terdekat yang mempunyai intensitas secara pribadi dengan Kim soekjin.



Gambar 3. Surat yang dibuat Rini untuk Kim soekjin
Sumber: Dokumentasi peneliti, 2023

Rasa suka kepada BTS ini yang mendorong nilai sosial dan peran positif sebagai penggemar untuk mengapresiasi Karya BTS diwujudkan dengan aktivitas penggemar seperti sering mengikuti kegiatan kemanusiaan penggalangan dana setiap kali member BTS ulang tahun untuk diberikan kepada masyarakat yang tidak mampu, hingga melakukan bakti sosial. Hal ini didasari karena ingin mencontoh perilaku BTS yang kerap kali melakukan kebaikan.

3.2.3 *Bonderline Pantalological Tendency*

Bonderline pantalological tendency merupakan Tingkat yang paling berbahaya, ditandai dengan obsesi penggemar, tindakan rela melakukan apa saja dan memiliki pemikiran yang irrational dan tidak terkontrol hal ini didasari untuk menjadi yang paling dekat dengan idola. Dalam penemuan pada tingkatan *Bonderline pantalological tendency* ditemukan 3 aspek yaitu Obsesi, Rela melakukan apa saja dan Pemikiran yang irasional yang akan di jelaskan pada sub bab sebagai berikut:

1) Obsesi

Perilaku patologis mencakup perilaku obsesi, perilaku obsesi ini untuk menjadi yang paling dekat dengan idola dan menganggap sebagai kekasih. Akan tetapi bukan hanya sebagai kekasih yang ditemukan pada penelitian ini untuk menjadi yang paling dekat dengan idola menganggap sebagai teman, sahabat, keluarga dan orang-orang terdekat seperti hubungan yang terbentuk di dunia nyata. Informan memiliki keterlibatan emosi yang cukup tinggi terhadap BTS. Bagi Yuni BTS merupakan sosok penyemangat dalam hidupnya, Walaupun Yuni tidak pernah berkomunikasi secara langsung Yuni berani mengatakan bahwa BTS merupakan penyemangat hidupnya. Informan mengaku bahwa meteka terlibat dalam kehidupan BTS baik secara personal ataupun kehidupan BTS sebagai artist. Kedekatan ini juga muncul dikarenakan mereka sangat mengenal anggota BTS dengan baik. Rini mengaku bahwa BTS merupakan saudara baginya dapat dilihat dari kutipan wawancara sebagai berikut:

“Mereka kaya saudara padahal kan kita beda ibu bapak, ya kayak berbagi cerita, curhat, kaya erat satu sama lain. Kalau ada yang senggol mereka ya kita maju paling depan sebagai penggemar untuk membela (Wawancara Rini, 2 November 2023)”.

Hal serupa juga dirasakan oleh Buna, Buna merasa mempunyai rasa cinta yang begitu besar kepada BTS, Buna menganggap BTS merupakan orang special yang tidak dapat digantikan posisinya oleh siapapun karena BTS merupakan obat bagi kehidupan Buna. Rini merasa ketika BTS melakukan

siaran langsung merasakan kedekatan secara emosional, dia merasa bahwa perasaan nya sangat mendalam hingga menganggap BTS merupakan kekasihnya.

Dari wawancara tersebut Rini merasa mempunyai ikatan special dengan BTS karena interaksi yang dilakukan oleh BTS kepada penggemar sangat intim seperti menceritakan kesehariannya, memberikan gombalan kepada ARMY, membuat lagu untuk ARMY, memberikan kata semangat dan penuh cinta di postingan Weverse untuk ARMY. Hal inilah yang mendasari penggemar semakin merasakan kedekatan secara personal walau tidak pernah bertemu secara langsung dan hanya berinteraksi melalui media Weverse. Karena bagi informan BTS dan ARMY saling memyanyangi. Weverse digunakan oleh informan untuk bercerita walaupun tidak terbalaskan Buna merasa senang karena Buna menganggap BTS seperti sahabat yang bisa diajak untuk curhat dan menceritakan kehidupan personalnya

“kayak curhat dah kayak bestie aja. Tapi yaudah kirim aja walaupun gak direspon (Wawancara Buna, 20 November 2023)”.

Perasaan yang selalu dekat dan semakin dalam dengan BTS penggemar cenderung terobsesi kepada idolanya. sehingga memunculkan berbagai emosi. Seperti yang dirasakan oleh Rini, Rini merasa sangat emosional ketika mendapatkann berita dating member BTS dia mengungkapkan sakit hati nya seperti ditinggal sang kekasih. Kecemburuan ini yang besar kepada BTS walaupun mereka tidak mengenal secara peronal bisa timbul dan dampaknya bisa dirasakan di dunia nyata seolah hal itu sangat menyakiti hatinya. Fanatisme informan kepada BTS tidak hanya konsumtif terhadap media digital untuk mencari tahu informasi tentang BTS, fanatisme para informan melakukan tindakan imitasi karena keinginan yang kuat menjadi sama dengan idolanya. Para informan suka membeli baju dengan model yang sama seperti member BTS mereka merasa harus mempunyai setidaknya satu baju yang sama dengan BTS, bagi Yuni mempunyai baju dengan model yang sama dengan BTS seperti mempunyai perasaan senang tersendiri seperti bangga apalagi baju yang dibeli mirip dengan member favoritnya.

2) Relasi melakukan apa saja

Pada aspek relasi melakukan apa saja tidak ditemukan pada media digital Weverse. Hal yang penggemar lakukan pada aspek relasi melakukan apa saja seperti yang dilakukan oleh informan Yuni, bentuk mencintai BTS yaitu dengan membela jika ada yang mengusik atau memberikan tanggapan negative tentang idolanya. Informan merasa relasi melakukan apa saja untuk mendukung idolanya dengan melakukan *fans war*, yaitu adu argumen dengan fandom lain saling menjatuhkan dan saling membandingkan berusaha menunjukkan bahwa idola siapa yang paling unggul. Bagi yuni seorang penggemar memiliki cara pandang berbeda untuk mengagumi setiap idolanya, tetapi tidak seharusnya para penggemar saling menghakimi atau menilai buruk idola orang lain.

Bagi yuni membela idola dianggap seperti membela orang terdekatnya, sehingga Yuni pernah merasa emosinya tersulut dan berdebat dengan fandom lain di media sosial TikTok karena ada seseorang yang memposting tentang BTS tapi tidak mengetahui tentang BTS sehingga Yuni merasa kesal hingga melontarkan komenan jahat dan beradu argument untuk membela BTS. Hal ini dilakukan Yuni sebagai bentuk perlawanan untuk membela orang special karena tidak rela jika BTS di pandang sebelah mata oleh orang lain. Dalam hal ini penggemar sebenarnya relasi melakukan apa saja untuk idolanya akan tetapi untuk melakukan *fan war*, beradu argument, menggiring opini jahat tidak dilakukan di Weverse dan memilih media sosial lain karena Weverse adalah ruang aman untuk ARMY karena didalamnya adalah para penggemar BTS. sehingga lebih banyak pengungkapan rasa cinta daripada kebencian.

3) Pemikiran *irrational*

Pemikiran *irrational* dan tidak terkontrol ini ditemukan pada penelitian ini. pemikiran yang *irrational* dan tidak terkontrol dialami oleh informan Buna merasa BTS menempati posisi tertinggi dalam kehidupannya. Hal ini tentu saja melanggar norma yang berlaku pada masyarakat karena rasa suka yang berlebihan dengan idola yang tidak mengetahui keberadaanya yang hanya bisa dilihat melalui media digital serta tercipta hubungan semu dimana hanya penggemar yang merasakan kedekatan itu.

Posisi tertinggi yang dimaksud adalah menempatkan BTS diatas Agama, Orang tua. Hal ini diungkapkan Buna pada wawancara sebagai berikut:

“Penting banget, diatas Agama, Orangtua, Bangtan. Bangtan harga mati (Wawancara Buna, 20 November 2023)”.

Setelah didapatkan data primer dari hasil wawancara dari para informan yang merupakan anggota dari Komunitas ARMY Family Balikpapan, maka langkah selanjutnya peneliti memabahasnya dengan dibagi menjadi 3 indikator sesuai dengan fokus penelitian yaitu efek dari interaksi parasosial yaitu *Entertainment Social Value*, *Intense Personal Feeling*, *Bonderline Pathological Tendency*.

1) *Entertainment Social Value*

Pada tahap ini peneliti ingin mengetahui tingkatan di dalam interaksi parasosial dengan tingkatan pertama yaitu *Entertainment Social Value*. Pada tingkatan ini peneliti menemukan bahwa penggemar memiliki motivasi untuk mencari tahu secara aktif mengenai hal-hal yang berkaitan dengan idolanya. ARMY menghormati dan menikmati konten BTS dan konten yang dihasilkan oleh BTS dipandang sebagai sumber hiburan. Menurut Hartmann (2008) karakter media baru mempengaruhi bentuk hubungan parasosial melalui media yang dapat menyerupai komunikasi yang dilakukan secara tatap muka. Informan secara aktif mencari konten mengenai BTS melalui media sosial dan terkhusus *platform* untuk penggemar yaitu Weverse. Weverse merupakan aplikasi digital dan platform web asal Korea Selatan aplikasi ini berfokus pada postingan konten dan komunikasi antara idola dan fans. Informan memperhatikan aktivitas BTS, sehingga mengetahui segala sesuatu yang disukai dan tidak disukai dari idola.

Computer Mediated Communication (Arnus, 2018) komunikasi yang dilakukan melalui media komputer dan melibatkan individu yang terjadi pada situasi tertentu sehingga dalam proses pembentukan media mencapai tujuan yang diharapkan. Media digital yang digunakan untuk mencapai suatu tujuan bagi penggemar ini adalah Aplikasi Weverse digunakan oleh informan untuk berinteraksi dengan sesama ARMY dan juga kepada idola serta mencari konten-konten BTS. Para informan tertarik untuk menjadi ARMY Membership di Weverse dikarenakan mempunyai banyak keuntungan seperti dapat mengakses konten yang berbayar, ketika ada konser membership yang akan didahulukan, mendapat diskon ketika ada merchandise BTS. Weverse digunakan untuk memantau konten terbaru dari BTS. Konten yang dikonsumsi oleh penggemar membuat perasaan menjadi bahagia dan merasa terhibur sehingga para informan terus mencari tahu tentang BTS.

Informan tertarik kepada BTS sebab aspek hiburan berupa karya lagu yang dihasilkan oleh BTS mereka merasa lagu yang dihasilkan mampu mempengaruhi kehidupan informan. Lagu yang dihasilkan oleh BTS mempengaruhi emosi para informan. Emosi penggemar dipengaruhi oleh idola karena kesamaan nilai yang dimiliki keduanya. Ketika penggemar merasakan emosi yang positif tentang idola, kemungkinan perpindahan emosi dapat terjadi secara spontan. Seperti yang informan rasakan mereka sangat antusias jika mendapat konten BTS dan terus menerus mengkonsumsinya karena mereka merasakan kebahagiaan spontan penggemar. Perpindahan emosi lebih mudah dirasakan oleh penggemar yang menggunakan media baru dibandingkan dengan media lainnya.

Ditemukan bahwa beberapa informan yang sudah menjadi ARMY selama bertahun-tahun membuat ia memutuskan untuk menyukai BTS secara sewajarnya dengan mendukung karya-karya milik BTS menikmati konten-konten yang dibagikan untuk mengisi kekosongan yang ia alami di kehidupan nyata. Keputusan untuk tidak melakukan tidak terlalu jauh dan hanya mengembangkan hubungan antara penggemar dan idola dipengaruhi oleh tingkatan interaksi parasosial yang dimiliki, dalam hal ini informan berada pada tingkat *Entertainment Social Value* atau hanya menganggap kegiatan pengidolaan sebatas hiburan saja dan topik pembicaraan serta mendapatkan kepuasan dari konten yang dihasilkan dari BTS dan merasakan dampak ketika mengidolakan BTS.

2) *Intense Personal Feeling*

Pada tingkatan ini informan mempunyai Intensitas yang tinggi sebagai ARMY untuk terus menerus mencari konten BTS didasari oleh kemampuan BTS untuk menangkap perhatian dengan konten-konten yang membuat para penggemar mencari tahu lebih lanjut mengenai idolanya. Menurut

tokoh idola dapat membawa pengaruh positif atau pengaruh negative dalam bertingkah laku. Penggemar akan mencontoh tingkah laku idolanya dan menjadi arahan untuk menjalani kehidupan. Penggemar merasakan keterlibatan secara pribadi yang kuat dengan BTS dapat dilihat dalam komunitas yang aktif, membangun relasi sosial yang mendalam, dan berkontribusi pada kegiatan atau tujuan bersama yang muncul karena adanya interaksi parasosial, keterlibatan karena ketergantungan dari konten dan hiburan dari BTS menciptakan pengalaman sosial yang positif seperti kegiatan sosial yang berkaitan dengan hiburan seperti membuat event tentang BTS, nonton bersama dan segala kegiatan yang berkaitan dengan BTS. Hubungan parasosial merupakan bentuk keterlibatan penonton yang merasakan hubungan dengan selebritas hingga merasa dekat secara emosional karena dalam prosesnya memberikan kepuasan sendiri pada setiap individu, hubungan parasosial memotivasi penonton dan memenuhi kebutuhan afiliasi pelakunya. Dalam hal ini peneliti menemukan bahwa informan memiliki kedekatan secara emosional dengan BTS dengan menganggap BTS merupakan sosok penting dalam kehidupannya.

Hal ini diadasi karena interaksi yang dilakukan oleh penggemar yang cukup intens serta pengaruh positif yang diberikan oleh BTS merasa diterima oleh informan sehingga keinginan untuk lebih jauh mengenal BTS secara lebih intim dan secara personal walaupun hanya melalui media Weverse. Interaksi parasosial yang terjadi berkelanjutan akan berujung pada hubungan parasosial dimana audiens akan bertindak lebih jauh lagi dan memiliki keinginan tinggi untuk mencari tahu lebih banyak tentang persona media dan kemungkinan baginya untuk bertemu dengan persona media. Para informan mengatakan bahwa Weverse sebagai media digital yang digunakan untuk melakukan aktivitas penggemarnya serta memulai interaksi dengan BTS. Informan kerap membuat postingan di Weverse untuk BTS, postingan ini tidak hanya dikirim sekali ataupun dua kali, namun berkali-kali. Postingan yang dikirimkan biasanya menggunakan bahasa sehari-hari selayaknya penggemar yang sedang berinteraksi dengan teman dekat. Interaksi berulang yang dilakukan oleh informan seperti yang dijelaskan hal ini terkait dengan intensitas dan frekuensi. Interaksi yang berulang menjadikan komunikasi dalam hubungan tersebut terasa lebih individual. Informan merasa sangat dekat dengan BTS sehingga informan tidak menutupi rasa suka mereka kepada BTS. Mereka menunjukkan rasa suka mereka melalui postingan yang di unggah di media Weverse seperti mengungkapkan kerinduan kepada BTS, dan rasa cinta mereka kepada BTS.

Peneliti menemukan bahwa isi postingan lebih banyak mengungkapkan rasa cinta mereka kepada BTS. Salah satu bentuk rasa cinta yang ditujukan kepada BTS yaitu informan menuliskan surat untuk BTS dan terkhusus kepada member favoritnya, isi surat tersebut adalah bentuk rasa Terimakasih kepada BTS yang telah hadir menemani dalam kehidupannya serta memberikan dampak yang besar yang merubahnya ke arah yang lebih baik dan juga pesan perhatian kepada BTS selayaknya informan mempunyai suatu hubungan dengan BTS. Walaupun hal yang dilakukan hanya diunggah melalui Weverse dan kemungkinan untuk dibaca atau dilihat sangat kecil oleh BTS akan tetapi, informan tetap merasa mempunyai kepuasan tersendiri setelah menunjukan rasa cintanya kepada BTS. Hal ini berkaitan dengan apa yang diungkapkan adanya tingkat kebebasan yang tinggi dalam mengungkapkan segala informasi berkenaan dengan dirinya. Dalam hal ini penggemar mengungkapkan bahwa dirinya adalah ARMY dan mengungkapkan rasa suka yang besar terhadap BTS melalui postingan di Weverse maupun di media sosial pribadinya dengan editan yang dibuat seperti sedang befoto secara langsung dengan idolanya, seperti sedang melakukan kegiatan yang sama dengan idolanya dan hal ini hanya dirasakan oleh penggemar seperti hubungan semu yang terjadi hanya satu arah. Persona media (komunikator) sebagai titik pusat dan intinya. Persona media dipandang sebagai pasangan dalam menjalin hubungan dengan penonton dan perspektif ini memusatkan perhatian pada aspek relasional.

3) *Bonderline Pathological Tendency*

Bonderline Pathological Tendency merupakan tingkatan yang paling berbahaya, karena penggemar menjadi obsesi untuk menjadi yang paling dekat dengan idolanya dan menganggap mempunyai hubungan yang lebih intim seperti menjadi kekasihnya. Pada tingkatan ini peneliti menemukan beberapa informan yang memiliki obsesi dan membayangkan memiliki kedekatan yang lebih intim dengan BTS seperti menganggapnya sebagai kekasih bahkan menjadi suami. Gaya komunikasi yang

dilakukan oleh BTS dianggap mengarahkan komunikasi seakan penggemar adalah partner dalam komunikasi tersebut. Informan mengatakan bahwa kedekatan secara emosional ini muncul karena didukung dengan interaksi yang dilakukan oleh BTS seperti kedekatan emosional informan timbul ketika BTS melakukan siaran langsung dalam siaran langsung yang dilakukan BTS menganggap ARMY adalah orang terdekatnya. Informan merasa mempunyai ikatan special dengan BTS karena interaksi yang dilakukan oleh BTS kepada penggemar sangat intim seperti menceritakan kesehariannya, memberikan gombalan kepada ARMY, membuat lagu untuk ARMY, memberikan kata semangat dan penuh cinta di postingan Weverse untuk ARMY. Hal inilah yang mendasari penggemar semakin merasakan kedekatan secara personal walau tidak pernah bertemu secara langsung dan hanya berinteraksi melalui media Weverse.

Tingkat kedekatan secara emosional yang dirasakan oleh informan yaitu juga menunjukkan emosi yang tinggi apalagi berkaitan dengan BTS. seperti rasa sedih ketika member BTS sedang sakit atau mendapat musibah informan merasa khawatir yang berlebihan dan ikut down merasa sangat takut jika idolanya sedang tidak baik-baik saja dan hal ini tentu mempengaruhi kehidupan informan seperti menjadi kurang semangat dan terus merasa sedih. Selain emosi kesedihan, informan juga merasa bahagia dan menjadi bersemangat ketika BTS mendapatkan Penghargaan atau ketika BTS sedang mengerjakan sesuatu. Menurut informan ini menjadi suatu kebanggaan bagi ARMY untuk menunjukkan kepada semua orang bahwa BTS beprestasi dengan membuat postingan-postingan ucapan Selamat di semua platform media yang dimiliki informan.

Dalam penelitian ini juga ditemukan bahwa salah satu informan menunjukkan emosi yang tinggi terkait hal-hal yang bersangkutan dengan BTS mengarah ke personal. Seperti memiliki kecemburuan dan kekhawatiran bila member BTS dekat dengan lawan jenis. Informan merasa sakit hati seperti di tinggalkan kekasihnya. Akan tetapi, untuk informan yang lain merasa baik-baik saja dan mendukung apa yang sedang di jalani oleh idolanya dan tidak mempermasalahkan hal tersebut karena menurutnya itu sudah menjadi privasi bagi idolanya. Hubungan parasosial merupakan hubungan yang terbangun ketika individu secara berulang-ulang memiliki dan membangun keterkaitan emosi dan merasa dalam hubungan pertemanan atau kerabat dengan idola. Para informan seringkali berimajinasi memiliki hubungan dengan idola mereka di dunia nyata bahkan sebagai orang special yang ada di hatinya dan posisinya tidak akan bisa diganti dengan siapapun. Penggemar mungkin melakukan sesuatu yang impulsive terhadap idolanya karena mereka menyadari bahwa kemungkinan sangat kecil idola memberikan perhatian pada perilaku mereka. Disini penggemar sering memberikan banyak komentar (spam) seolah-olah berbicara langsung dengan personal BTS yang sedang melakukan siaran langsung di Weverse.

Computer Mediated Communication muncul dikarenakan individu berdiskusi dengan individu satu ke individu lain sehingga saling terhubung hal ini yang membentuk hubungan yang melibatkan perasaan antara individu di dunia virtual. Informan melakukan interaksi spam komentar dengan harapan dapat menarik perhatian perhatian personal BTS. Ditemukan gejala patalogis dialami oleh beberapa informan mereka seperti berkhayal menjadi pacar dari idolanya. Meskipun mereka secara sadar bahwa itu merupakan kemustahilan tapi mereka merasa senang jika mereka membayangkan dan terlibat dalam hubungan semu itu. Informan juga secara gamblang memperkenalkan diri dengan sebutan istri dari salah satu member BTS. Sikap pataogis dalam penelitian ini adalah melihat perilaku yang tidak wajar hingga menyimpang karena tokoh dalam media menjadi salah satu hal penting dan apapun yang dilakukan oleh idola akan diikuti bahkan tingkah buruk sekalipun. Berdasarkan hasil penelitian informan memiliki sikap patalogis seperti menghabiskan seluruh waktunya dan intensitas yang tinggi terhadap BTS sehingga terus menerus mencari informasi tentang BTS.

Intensitas yang lebih intim dilakukan oleh informan dengan imitasi atau kegiatan meniru. Berdasarkan hasil wawancara informan seringkali meniru BTS mulai dari gaya pakaian, gaya dalam berfoto, gestur tubuh dan bahkan gaya berbicara. Informan merasa sangat bangga ketika memiliki barang atau baju yang sama dengan BTS mereka akan mengusahakan berbagai cara untuk membeli sesuatu yang sama seperti yang dilakukan oleh salah satu informan dia harus menabung dan menyisihkan uang dari hasil kerjanya untuk membeli baju yang mirip dengan member favoritnya, hal

serupa juga dilakukan oleh informan lainnya karena mereka memang tertarik di dunia fashion dan menurutnya selera fashion BTS menarik sehingga mereka mengupayakan untuk membelinya. Pada tingkatan ini penggemar rela melakukan apa saja demi idola meskipun melanggar norma maupun hukum yang berlaku, penggemar pada tingkat ini memiliki pemikiran yang sulit dan rasional dan tidak terkontrol. Dalam hal ini berupa perilaku verbal seperti komentar *bate speech* yang berupa ujaran kebencian untuk merendahkan, menghina dengan berbagai latar belakang. Salah satu informan pernah berdebat dan mengeluarkan kata-kata jahat untuk membela BTS karena dia merasa tidak terima ada salah satu oknum yang memposting hal tidak benar padahal tidak mengetahui tentang BTS, salah satu informan ini merasa dia yang paling mengetahui BTS sehingga terjadilah perdebatan di komentar untuk menjadi garda terdepan yang membela BTS.

Interaksi seperti komentar, keinginan untuk berbicara dengan idola, atau bahkan mempunyai keinginan untuk melakukan kontak fisik dengan idola seperti foto bersama, memeluk, mencium. Selain memberikan komentar dan memposting tentang BTS, para informan memiliki keinginan yang kuat untuk bertemu dan berkomunikasi secara langsung dengan BTS. Pemikiran yang irasional dan tidak terkontrol dialami oleh informan Bina, Bina merasa BTS menempati posisi tertinggi dalam kehidupannya dimana dia menganggap bahwa BTS diatas Orang tua dan Agama. Tentu hal ini bertentangan dengan norma yang berlaku di masyarakat. Perilaku yang ditunjukkan penggemar menunjukkan obsesi yang sangat tinggi karena penggemar berada pada intensitas interaksi parasosial yang tinggi, ketika tingkat interaksi parasosial rendah, penggemar akan mempertimbangkan niat perilakunya relevan atau tidak untuk dilakukan.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan Weverse merupakan media aplikasi digital yang digunakan oleh ARMY untuk menikmati konten BTS dan menjadi wadah bagi ARMY untuk melakukan interaksi dan berkomunikasi dengan idolanya. Interaksi parasosial muncul akibat media baru yang memiliki karakter berbeda dengan media massa terdahulu. Weverse menjadi media digital yang digunakan karena media dapat menyerupai komunikasi yang dilakukan secara tatap muka. Interaksi yang terus menerus dilakukan oleh ARMY membangun keterikatan emosi dan membentuk sebuah hubungan semu atau khayal dengan tokoh idola atau disebut dengan hubungan parasosial. Perasaan semu yang dirasakan oleh penggemar berada pada tingkatan interaksi parasosial bukan hanya sekedar *Entertainment social value* atau kagum sebab aspek hiburan, namun merasakan *Intense Personal feeling*, menganggap ada kedekatan emosional yang dirasakan oleh penggemar, dilihat dari penggemar yang menganggap bahwa BTS merupakan orang special dan sosok penting dalam kehidupannya, serta pengungkapan diri ke media bahwa mereka adalah ARMY yang menjadi bagian dari penggemar BTS. ditemukan bahwa penggemar juga berada pada tingkatan yang lebih tinggi yaitu *Bordeline Pathological Tendency*, penggemar memiliki obsesi yang tinggi kepada BTS seperti berkhayal memiliki hubungan yang lebih personal dengan member BTS menjadi sang kekasih bahkan menjadi sang suami. Pemikiran yang *irrational* dan tidak terkontrol dengan menempatkan BTS diatas puncak paling tinggi dalam kehidupannya diatas Agama, Orangtua hal ini tentu saja melanggar norma dan bertentangan di masyarakat.

Adapun uraian simpulan berdasarkan fokus penelitian untuk melihat tingkat interaksi parasosialnya dilihat dari 3 indikator, yakni:

- 1) *Entertainment Social value*, terdapat aspek motivasi yaitu tujuan para penggemar untuk menjadi Army Membership karena itu dianggap sebagai bentuk dukungan dan loyalitas sebagai fans serta keuntungan yang didapatkan oleh penggemar dapat dirasakan sebab aspek hiburan dari BTS serta motivasi untuk mencari tahu secara aktif mengenai BTS. motivasi untuk mencari tahu memberikan kepuasan bagi penggemar seperti mendapatkan konten dari Weverse, sehingga menimbulkan dampak yang dirasakan oleh penggemar.

- 2) *Intense Personal Feeling*, terdapat dua aspek yaitu Intensitas yaitu penggemar mempunyai intensitas yang tinggi terhadap idola, sehingga penggemar dapat merasakan kedekatan secara emosional. dan aktivitas penggemar yaitu melakukan kegiatan penggemar untuk lebih dekat dengan idolanya.

Bonderline Pathological Tendency, merupakan tingkatan tertinggi, ada tiga aspek yaitu obsesi penggemar memiliki keinginan yang kuat untuk menjadi terobsesi dengan idolanya. Tingkat obsesi ini sampai ditahap berkhayal untuk memiliki hubungan yang lebih intim dengan idola, rela melakukan apa saja melakukan *fan war* untuk membela idolanya, dan pemikiran *irrational* memiliki pemikiran yang *irrational* dan tidak terkontrol.

5. Daftar Pustaka

- Ainslie, M. J., Lipura, S. J., & Lim, J. (2018). Understanding the potential for a Hallyu “backlash” in Southeast Asia: A case study of consumers in Thailand, Malaysia and Philippines. DOI: <https://doi.org/10.13185/KK2017.02805>.
- Alfadhil, D. M., Anugrah, A., & Hasbar, M. H. A. (2021). Budaya Westernisasi Terhadap Masyarakat. *Jurnal Sosial-Politika*, 2(2), 99-108. DOI: <https://doi.org/10.54144/jsp.v2i2.37>.
- Arnus, S. H. (2018). Computer Mediated Communication (CMC), pola baru berkomunikasi. *Al-Munzir*, 8(2), 275-289.
- Bok-Rae, K. (2015). Past, present and future of Hallyu (Korean Wave). *American International Journal of Contemporary Research*, 5(5), 154-160.
- Cohen, J. (2014). Mediated relationships and social life: Current research on fandom, parasocial relationships, and identification. *Media and social life*, 142-156.
- Giles, D. C. (2002). Parasocial interaction: A review of the literature and a model for future research. *Media psychology*, 4(3), 279-305. DOI: https://doi.org/10.1207/S1532785XMEP0403_04.
- Gusri, L., Arif, E., & Dewi, R. S. (2021). Konstruksi identitas gender pada budaya populer Jepang (analisis etnografi virtual fenomena fujoshi pada media sosial). *Jurnal Mediakita: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 5(1), 1-9. DOI: <https://doi.org/10.30762/mediakita.v5i1.3584>.
- Hartmann, T. (2008). Parasocial interactions and paracommunication with new media characters. EA Konjin, S. Utz, M. Tanis and S. Barnes, Mediated interpersonal communication (177-199).
- Horton, D., & Richard Wohl, R. (1956). Mass communication and para-social interaction: Observations on intimacy at a distance. *psychiatry*, 19(3), 215-229. DOI: <https://doi.org/10.1080/00332747.1956.11023049>.
- Horton, D., & Richard Wohl, R. (1956). Mass communication and para-social interaction: Observations on intimacy at a distance. *psychiatry*, 19(3), 215-229. DOI: <https://doi.org/10.1080/00332747.1956.11023049>.
- Julianti, D. (n.d.). 10 Nama Fandom Kpop dan Maknanya, Sudah Tahu Cara Daftarnya? | Blog Rey. Retrieved May 04, 2023, from <https://rey.id/blog/gaya-hidup/inspirasi/nama-fandom-kpop/>.

- Lengel, L., Tomic, A., & Thurlow, C. (2004). Computer mediated communication.
- Manusov, V. L., & Harvey, J. H. (Eds.). (2001). *Attribution, communication behavior, and close relationships*. Cambridge University Press.
- Murniasih, E., Suratnoaji, C., Arviani, H., & Achmad, Z. A. (2021). Etnografi Virtual Tentang Proliferasi Pemakaian Lagu “Bertaut” Karya Nadin Amizah di Media Sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(2), 121-138. DOI: <https://doi.org/10.15642/jik.2021.11.2.121-138>.
- Nabi, R. L., & Oliver, M. B. (Eds.). (2009). *The SAGE handbook of media processes and effects*. Sage.
- Noviasyri, A. (2022). Fantasi dan Ilusi: Interaksi Parasosial Fandom ARMY BTS di Media Sosial. *Kalijaga Journal of Communication*, 4(2), 171-192. DOI: <https://doi.org/10.14421/kjc.42.04.2022>.
- Okezone. (2021, September 15). Did You Know: Hallyu, Fenomena Korean Wave yang Guncang Dunia. *Okezone Edukasi*. <https://edukasi.okezone.com/read/2021/09/15/65/2471847/did-you-know-hallyu-fenomena-korean-wave-yang-guncang-dunia>.
- 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. DOI: <https://doi.org/10.30656/lontar.v9i1.3056>.
- Putra, W. F., & Febriana, P. (2023). Penggunaan Aplikasi Digital Weverse sebagai New Media Interaksi antara Artis/Idol K-Pop dengan Para Penggemarnya Using the Weverse Digital Application as a New Media for Interaction between K-Pop Artists/Idols and their Fans. *Social Sciences (JEHSS)*, 5(3), 1649-1659. DOI: <https://doi.org/10.34007/jehss.v5i3.1263>.
- Sadasri, L. M. (2021). Parasocial Relationship dengan Selebritas (Studi Kualitatif pada Praktik Penggunaan Fandom Applications). *Jurnal Studi Pemuda*, 10(2), 147-162. DOI: <https://doi.org/10.22146/studipemudaugm.70269>.
- 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.
- Sarajwati, M. A. (2020). Fenomena Korean Wave di Indonesia—Environmental Geography Student Association. *EGSA UGM*. Retrieved October, 26, 2022.
- Sato, H., & Kawahara, J. I. (2017). The Effect of Participants' Stress Manipulation on Experimenters' Mood States. *Psychology*, 8(8), 1229-1237.
- Schramm, H., & Hartmann, T. (2008). The PSI-Process Scales. A new measure to assess the intensity and breadth of parasocial processes.
- Sugiyono, D. (2010). Memahami penelitian kualitatif.
- Wartella, E., & Robb, M. (2008). Historical and recurring concerns about children's use of the mass media. *The handbook of children, media, and development*, 5-26. DOI: <https://doi.org/10.1002/9781444302752>.

West, R. L., & Turner, L. H. (2009). Understanding interpersonal communication: Making choices in changing times. *(No Title)*.