

Tahapan Hubungan Parasosial Kpopers pada Karakter Alternate Universe Jungkook BTS pada Platform X

Raphael Alvin¹⁾, Ni Luh Ramaswati Purnawan²⁾, Ni Nyoman Dewi Pascarani³⁾

^{1,2,3} Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana

Email: raphaelalvin78@gmail.com¹⁾, ramaswati.purnawan@unud.ac.id²⁾,
dewi.pascarani@unud.ac.id³⁾

ABSTRACT

Parasocial relationships between Kpop fans and idols often take shape within media environments. However, on X, the presence of Alternate Universe (AU) stories let fans imagine idols in alternate roles, potentially deepening emotional bonds with the characters. Therefore, this study aims to describe the parasocial relationship formed between Kpop fans and The AU Character of BTS's Jungkook, which was selected for his prominence on X. To describe the parasocial relationship, the main theoretical framework for this study is the parasocial interaction theory, and Giles & Maltby's stages of parasocial relationship. This study is supported with a post-positivist paradigm, and a descriptive-qualitative method. For this research, data are collected through in-depth interviews, non-participant observation, and document studies. Findings indicate that the informants' parasocial ties with AU Jungkook were preceded by existing interactions with the real Jungkook on X, therefore motivating them to read AU Jungkook. Hence, four of five informants progressed from initial engagement into the second stage but did not enter the third, largely because they recognized that AU Jungkook is distinct from the real person. Frequent interaction with the real Jungkook on X reinforced this boundary. Meanwhile, one informant, Dina, exhibited movement toward the third stage without fully transitioning.

Keywords: Parasocial Relationship, Kpopers, Alternate Universe (AU), The AU Character of BTS's Jungkook, X.

PENDAHULUAN

Hubungan yang bersifat satu arah antara khalayak dan figur media adalah suatu hal yang tidak asing didengar (Alperstein, 2019). Konsep ini berawal dari penelitian Horton dan Wohl pada tahun 1956, berjudul "Mass Communication and Para-Social Interaction" di mana mereka menemukan bahwa penggunaan media, seperti televisi dan radio, membuat khalayak seolah-olah berinteraksi secara langsung dengan figur media. Interaksi satu arah ini dinamakan sebagai interaksi parasosial, dan apabila interaksi tersebut berulang, dan dilakukan secara sukarela oleh khalayak, mereka akan membentuk suatu hubungan, di mana khalayak merasakan kedekatan emosional terhadap figur media, namun figur media tidak merasakan hal yang sama. Hubungan satu arah ini dinamakan sebagai hubungan parasosial (Horton dan Wohl, 1956; Forster, 2021).

Hubungan parasosial umumnya terbentuk ketika figur media berhasil membangun kesan kedekatan yang mendorong khalayak untuk terus terlibat dengannya (Forster, 2021). Fenomena

ini relevan di Indonesia, terutama dalam konteks K-POP, sebuah genre musik populer dari Korea Selatan, berhubung Indonesia menempati peringkat ketiga di dunia dengan streaming lagu grup K-POP sebanyak 7,4 miliar kali pada tahun 2023 (Ziwei, 2023). K-POP sendiri telah menjadi bagian dari budaya populer Indonesia melalui fenomena korean wave (hallyu), yang melihat penyebaran budaya Korea Selatan melalui berbagai media hiburan, seperti K-POP (Ascue dkk., 2023; Renita dkk., 2024).

Bagaimana K-POP relevan terhadap fenomena interaksi dan hubungan parasosial dapat terlihat pada salah satu daya tarik utama K-POP, yaitu para idol (Ascue dkk., 2023). Salah satu contoh di mana seorang idol mampu menjadi daya tarik dapat terlihat pada Jungkook, salah satu anggota dari boyband BTS, yang mendapatkan lebih dari 2 juta likes untuk tweetnya di X (dahulu twitter) dalam waktu 24 jam (Voytko-Best, 2020). Popularitas tersebut mencerminkan sejauh mana penggemar K-POP, yaitu kpopers, terlibat dengan seorang idol. Para idol membuat para kpopers terlibat melalui penggunaan media sosial, di mana para idol membuka jalur interaksi dengan kpopers, sehingga memenuhi kebutuhan emosional mereka, dan menciptakan ikatan mendalam yang menjaga loyalitas (Chen dkk., 2022). Terbukanya jalur interaksi tersebut memungkinkan adanya keterlibatan emosional dari para kpopers terhadap idol favorit mereka sehingga pembentukan hubungan parasosial antara idol dan kpopers pun dapat terjadi (Forster, 2021).

Dengan adanya perkembangan media digital, media sosial tidak hanya digunakan oleh kpopers untuk berinteraksi dengan idol favorit mereka, melainkan juga menyediakan wadah bagi mereka untuk berpartisipasi secara aktif di dalam komunitas idol K-POP pilihan mereka (Fadianti dkk., 2024). Platform X adalah salah satu media sosial di mana kpopers berpartisipasi secara aktif, hal tersebut terbukti dengan 7,8 miliar tweet tentang K-POP pada tahun 2021, di mana Indonesia menempati peringkat pertama (Ambronsius dan Rahman, 2022).

Sifat X cenderung publik karena tweet yang sifatnya terbuka secara umum, hal tersebut pun memungkinkan penelusuran interaksi kpopers (X, 2023). Jika dibandingkan dengan media sosial yang serupa, yaitu threads, terlihat bahwa daily active user (DAU) threads mendekati X (115,1 juta berbanding 132 juta pada Juni 2025). Walaupun DAU mendekati, tidak ditemukan data yang berhubungan dengan K-POP seperti X (Perez, 2025). Selain itu, Weverse sebagai platform yang memfokuskan interaksi kpopers dengan idol favorit mereka, menunjukkan adanya fitur berbayar yang menyebabkan interaksi kpopers untuk tidak sepenuhnya terlihat (Weverse, 2025).

Oleh karena itu, untuk penelitian ini, X menjadi platform media sosial yang terpilih karena adanya data kpopers yang relevan, dan juga sifatnya yang lebih publik.

Salah satu aktivitas yang dilakukan oleh kpopers di X adalah pembacaan Alternate Universe (AU), suatu cerita fan-fiction (cerita yang dibuat oleh penggemar mengenai karakter/idola favorit mereka) yang menempatkan para idol K-POP di dalam suatu peran dan latar yang berbeda dari versi aslinya, sehingga AU pun mampu mencakup berbagai genre, dari yang romantis, sampai dengan yang horror (Khairunnisa dan Nurudin, 2024). Kebebasan dalam menginterpretasikan idol melalui AU menjadi sarana bagi kpopers untuk mengekspresikan emosi dan memperkuat ikatan emosional mereka dengan karakter yang dibaca (Khairunnisa & Nurudin, 2024). Oleh karena itu, terdapat potensi bahwa paparan kpopers terhadap AU yang mereka baca di X dapat membangun rasa kedekatan yang kemudian berkembang menjadi hubungan parasosial dengan versi alternatif dari idol favorit mereka (Forster, 2021). Selain itu, popularitas Jungkook di kalangan kpopers juga tercemin di AU, di mana terlihat adanya thread cerita AU Jungkook yang memperoleh sebanyak 795.000 views di X.

Berdasarkan uraian di atas, hubungan parasosial dapat terbentuk antara kpopers dengan idol K-POP favorit mereka, namun kehadiran cerita AU menciptakan ruang baru bagi kpopers untuk membentuk hubungan parasosial dengan versi alternatif idol favorit mereka. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk melihat hubungan parasosial yang terbentuk antara kpopers dengan karakter AU di X, berhubung karakter AU didasari oleh para idol yang mampu membentuk hubungan parasosial dengan mereka. Untuk penelitian ini, karakter AU Jungkook terpilih karena popularitas karakter tersebut di kalangan kpopers.

RUMUSAN MASALAH

Bagaimana hubungan parasosial antara kpopers dengan karakter AU Jungkook BTS melalui pembacaan narasi yang disajikan dalam cerita Alternate Universe di X?

TUJUAN PENELITIAN

Penelitian ini dibuat dalam rangka mendeskripsikan bagaimana hubungan parasosial antara kpopers dengan karakter AU Jungkook BTS melalui narasi yang disajikan dalam cerita Alternate Universe di X.

TINJAUAN TEORITIS

Teori Interaksi Parasosial dan Hubungan Parasosial

Interaksi parasosial adalah interaksi satu arah yang difasilitasi oleh media, di mana, khalayak merasa seolah-olah mereka berinteraksi secara langsung dengan figur media, walaupun tidak ada timbal balik yang nyata dari figur media tersebut (Forster, 2021). Di dalam interaksi parasosial, figur media tidak hanya mencakup figur yang nyata (misalkan seorang selebriti), namun juga representasi figur tersebut yang dikonstruksi oleh pembuat konten/penulis (Liebers dan Schramm, 2019).

Ketika melakukan interaksi parasosial, figur media mampu membentuk suatu kesan kedekatan dengan khalayak, hal tersebut dilakukan melalui self-disclosure, di mana figur media menunjukkan keaslian mereka melalui pemberian informasi yang bersifat pribadi kepada khalayak (Zafina dan Sinha, 2024). Namun, self-disclosure yang dilakukan tidak harus selalu berasal dari suatu pesan eksplisit seorang figur media, melainkan bisa juga diterima melalui observasi para khalayak terhadap berbagai ekspresi, perilaku spontan, serta interaksi figur media dengan orang lain. Hal ini biasanya terlihat di dalam format media yang lebih santai seperti video di balik layar, atau unggahan di media sosial. (Klimmt, Hartmann, dan Schramm, 2006).

Selanjutnya, untuk perihal kedekatan khalayak terhadap figur media, baik untuk figur yang nyata maupun representasi figur tersebut, misalkan seorang idol dan versi AUnya, hal tersebut adalah dua hal yang berbeda karena sifat dinamis dari interaksi parasosial. Oleh karena itu, ketika sumber self-disclosure berbeda, interaksi parasosial yang terjadi akan berpindah mengikuti sumber setiap figur media. Ketika interaksi parasosial terjadi dengan versi alternatif seorang figur media, kedekatan awal dengan figur yang nyata membantu khalayak menerima versi alternatifnya, terutama ketika versi tersebut mempertahankan ciri-ciri yang familier, seperti adanya citra atau rupa yang sama (Forster 2023).

Saat figur media berhasil membentuk kedekatan, khalayak pun terdorong untuk rela berinteraksi secara rutin dengan figur media (Zafina dan Sinha, 2024). Interaksi parasosial yang berulang menyebabkan khalayak untuk meningkatkan keterlibatan emosional mereka dengan figur media sehingga terbentuk suatu hubungan satu arah, di mana khalayak merasakan kedekatan emosional terhadap figur media, namun sang figur media tidak merasakan hal yang sama.

Hubungan tersebut adalah hubungan parasosial (Forster, 2021). Selanjutnya, Giles dan Maltby (2006), menjelaskan bahwa terdapat tahapan hubungan parasosial yang dilewati oleh khalayak, yaitu:

1. Entertainment-Social

Tahap pertama dari tiga tahapan hubungan parasosial, di mana khalayak melihat figur media sebagai sumber hiburan, serta bahan diskusi sosial. Beberapa indikator dari tahap ini berdasarkan Forster (2023) adalah adanya pembahasan atau pembagian cerita tentang figur media bersama teman., serta mengikuti aktivitas figur media untuk kesenangan dan hiburan kolektif.

2. Intense-Personal

Tahap kedua dari tiga tahapan hubungan parasosial, di mana khalayak merasakan hubungan yang lebih pribadi karena adanya keterlibatan emosional yang lebih tinggi dengan figur media. Berdasarkan Forster (2023), beberapa indikator dari tahap ini adalah, khalayak melihat figur media sebagai sosok yang sempurna, khalayak membayangkan figur media di dalam kehidupan pribadi mereka, serta merasakan dampak emosional terhadap situasi yang dialami figur media.

3. Borderline-Pathological

Tahap ketiga dari tahapan hubungan parasosial, di mana khalayak menunjukkan adanya perilaku obsesif, serta pemikiran yang tidak rasional karena adanya keterlibatan emosional yang ekstrem terhadap figur media. Beberapa indikator dari tahap ini berdasarkan Forster (2023) adalah, kepercayaan khalayak bahwa mereka memiliki hubungan yang spesial dengan figur media walaupun tidak ada kontak nyata sebelumnya, kerelaan untuk melakukan tindakan ekstrem atau pengorbanan yang besar untuk figur media, dan adanya potensi dari khalayak untuk menghubungi figur media secara langsung.

Selain uraian yang telah dijelaskan diatas, Barnes (2015), menjelaskan bahwa akses dan pembacaan fan-fiction oleh khalayak mengubah keterlibatan pasif khalayak menjadi aktif. Hal tersebut karena melalui akses dan pembacaan, para khalayak mampu memasukkan diri mereka ke dalam skenario alternatif dengan figur media sehingga meningkatkan keterlibatan emosional, dan membuat hubungan parasosial lebih mendalam.

Computer Mediated Communication

Computer-Mediated Communication (CMC) adalah komunikasi yang dimediasi dengan komputer atau perangkat digital (Baym, 2015). Adanya CMC memungkinkan khalayak untuk memasuki suatu ruang digital, di mana ruang tersebut mampu memediasi berbagai bentuk keterlibatan khalayak, baik interaksi yang dilakukan antara khalayak, maupun keterlibatan mereka dengan berbagai konten, yang ditunjukkan melalui pembacaan dan penyimakan berbagai unggahan. Adanya keterlibatan konten berarti khalayak menafsirkan arti dari suatu pesan, sehingga memungkinkan terbentuknya kedekatan dengan pengguna yang lain, termasuk figur media. Pesan yang berada di ruang digital, dapat terjadi secara asinkron, yang berarti para khalayak terpisah secara ruang dan waktu, sehingga pesan dapat dibaca tanpa balasan langsung, oleh karena itu, kedekatan dapat terbangun tanpa adanya interaksi langsung (Baym 2015).

Media Sosial dan X

Media sosial adalah suatu platform online yang memberikan khalayak kemampuan untuk berbagi konten, berinteraksi, serta membangun relasi, tanpa adanya batas ruang dan waktu. Sifat online media sosial memfasilitasi dialog antarpengguna secara interaktif (Freberg, 2019; Yusuf dkk., 2023). Salah satu contoh platform media sosial yang mencerminkan interaktivitas tersebut, terlihat pada X (dahulu dikenal sebagai twitter). Berdasarkan situs resmi X (2025), X memberikan kemampuan kepada penggunanya untuk berkomunikasi secara langsung dan menyebarkan informasi secara luas, melalui beberapa fitur seperti tweet yang memungkinkan pengguna mengunggah teks atau gambar dengan maksimal 280 karakter, thread, yaitu perkumpulan dari beberapa tweet untuk melewati batas satu tweet, penggunaan hashtag (#) untuk kategorisasi dan penemuan topik, penggunaan trending section global/lokal untuk menampilkan diskusi populer, serta adanya retweet, like, dan reply untuk berinteraksi.

Korean Wave (Hallyu) dan Kpopers

Korean Wave (hallyu) adalah suatu fenomena yang menunjukkan penyebaran budaya Korea Selatan secara global melalui bentuk hiburan seperti K-POP, K-Drama, dan K-Films. (Samosir dan Wee, 2023). Penyebaran Hallyu sendiri bersifat global dan tidak bergantung pada satu jenis media saja. Oleh karena itu, penggunaan media baru, seperti media sosial (misalkan youtube, instagram, X, dan tiktok) tidak hanya memungkinkan khalayak untuk mengakses konten

yang berhubungan dengan Korea Selatan, namun juga membantu terbentuknya pengalaman budaya unik seorang khalayak (Yoon dan Jin, 2017). Penyebaran melalui media ini memungkinkan K-POP untuk menarik lebih banyak khalayak, yang kemudian menjadi penggemar, yang dinamakan sebagai kpopers (Samosir dan Wee, 2023).

Alternate Universe (AU)

Cerita fan-fiction adalah suatu cerita yang dibuat oleh penggemar, di mana mereka menempatkan idola atau karakter favorit mereka di dalam cerita buatan mereka. Untuk K-POP, Alternate Universe (AU) adalah bentuk fan-fiction yang ditulis oleh kpopers, di mana idol ditampilkan sebagai tokoh, namun latar sang idol diubah, seperti misalkan pekerjaan, dan juga kepribadian yang berbeda dari versi aslinya (Khairunnisa dan Nurudin, 2024; Wiratsih dan Wahyuni, 2024).

Karakter Alternate Universe (AU) Jungkook BTS

Berdasarkan Chandi dan Trehan (2023), karakter Jungkook BTS di dalam cerita Alternate Universe (AU) adalah pembayangan ulang Jungkook BTS yang dimasukkan dalam skenario fiktional yang berbeda dengan identitas aslinya sebagai idol K-POP. Interpretasi ulang dari Jungkook ini dibuat oleh para kpopers dan biasanya dibagikan melalui platform media sosial.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan paradigma post-positivisme dengan metode penelitian deskriptif-kualitatif untuk menggambarkan fenomena hubungan parasosial antara kpopers dengan karakter AU Jungkook BTS, melalui pengklasifikasian tahapan hubungan parasosial para kpopers (Harahap, 2020). Untuk data yang digunakan, penelitian ini menggunakan data primer yang bersumber dari wawancara mendalam yang dibantu dengan daftar wawancara, serta data sekunder yang bersumber dari observasi non-partisipatif, dan studi dokumen.

Selanjutnya untuk menentukan informan yang diwawancarai dalam rangka mendapatkan data primer, penelitian ini menggunakan teknik purposive dengan kriteria-kriteria tertentu yaitu, kpopers Indonesia yang berada di Indonesia, penggemar BTS dan menyukai Jungkook sebagai member favorit, pengguna X, dan membaca konten Alternate Universe (AU) di X dengan karakter AU Jungkook BTS. Untuk meminimalkan kedekatan personal, serta menjaga objektivitas, peneliti

menemukan informan melalui akun autobase K-POP yang berada di X. Untuk data sekunder, data dari observasi non-partisipatif diperoleh melalui pembacaan berbagai cerita AU dengan karakter AU Jungkook BTS di X, dan mengobservasi reaksi-reaksi dari para kpopers yang berinteraksi dengan cerita-cerita AU tersebut. Sedangkan untuk studi dokumen, berasal dari artikel akademik, serta buku-buku yang berhubungan dengan penelitian ini.

Lalu, data yang ditemukan untuk penelitian ini dianalisis menurut Miles dan Huberman di dalam buku Sugiyono (2013), yaitu dengan reduksi data, display data, dan conclusion drawing/verification. Sedangkan penyajian dari data-data yang dianalisis dilakukan secara naratif, melalui teks deskriptif, agar hasil yang ditunjukkan mendalam, dan juga terorganisir (Samsu, 2017).

HASIL PENELITIAN

Gambaran Umum Cerita AU Jungkook BTS di X

Cerita Alternate Universe (AU) Jungkook BTS di X disajikan dalam bentuk thread, di mana terlihat penggunaan teks naratif dan elemen visual (seperti screenshot chat atau tweet suatu karakter). Penggunaan teks dan visual ini, tidak hanya digunakan untuk memperjelas alur, namun juga berfungsi untuk menampilkan pikiran, perasaan, dan reaksi emosional mendalam suatu karakter, sehingga penulis AU mampu menunjukkan sisi emosional dan personal dari karakter AU Jungkook BTS. Di dalam cerita AU Jungkook, karakter AU Jungkook tidak selalu dinamakan Jungkook, akan tetapi penulis AU memfasilitasi identifikasi melalui foto Jungkook yang dicantumkan pada thread. Berdasarkan penulisnya, karakterisasi Jungkook beragam, sehingga bisa terlihat Jungkook yang dominan atau mungkin yang hangat dan sensitif. Cerita AU Jungkook menggunakan sudut pandang yang bergantian, sehingga memungkinkan pembaca untuk mengikuti perspektif karakter AU Jungkook dan juga tokoh utama lainnya.

Gambaran Umum Informan (Dina, Reina, Aura, Luna, dan Mika)

Peneliti menemukan 5 informan dengan nama samaran, yaitu Dina, Reina, Aura, Luna, dan Mika, yang dipilih secara purposive sesuai kriteria pada “Metode Penelitian”. Seluruh informan berusia 20-an, dengan empat informan (Dina, Aura, Luna, dan Mika) sudah bekerja, sedangkan untuk informan Reina, ia adalah seorang mahasiswa. Secara rata-rata mereka telah menjadi

kpopers selama 8 tahun, dan mereka mengikuti akun resmi BTS dan fansite Jungkook di X untuk selalu up to date dengan berbagai informasi tentang Jungkook.

Hasil Wawancara dengan Para Informan

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan dengan para informan, ditemukan bahwa para informan diperkenalkan kepada BTS terlebih dahulu, sebelum akhirnya menyukai Jungkook. Hal tersebut terlihat dengan informan seperti Reina yang diperkenalkan terhadap BTS melalui video musik mereka yang berjudul “Boy in Luv”, serta informan Luna dan Mika yang terdorong oleh teman-teman mereka, sehingga menyebabkan mereka untuk mulai mencari tahu lebih banyak tentang BTS, mulai dari lagu, sampai dengan latar belakang grupnya. Dari jalur masuk tersebut, para informan pun mulai menggemari BTS dengan Jungkook sebagai member favorit mereka.

Berhubung para informan menggemari Jungkook, mereka pun mengikuti akun-akun resmi BTS, dan juga akun-akun fansite Jungkook di X untuk selalu up to date dengan berbagai informasi tentang Jungkook. Hal tersebut menyebabkan mereka untuk memiliki akses untuk mengonsumsi berbagai konten mengenai Jungkook di X. Adanya akses menyebabkan para informan untuk semakin tertarik dengan Jungkook karena mereka merasakan adanya kesan kedekatan dari Jungkook, yang dapat dilihat sebagai berikut:

1. Dina: Setelah mengakses konten Jungkook di X, Dina menilai Jungkook sebagai seorang introvert, sehingga ia pun jarang memberikan update. Namun, apabila terdapat update dari Jungkook, Dina memaknainya sebagai suatu momen yang berharga dan dinantikan karena berarti melihat Jungkook mengekspresikan dirinya.

2. Reina: Setelah mengakses konten Jungkook di X, Reina melihat kepribadian Jungkook melalui interaksinya dengan member BTS lain yang sering menjahilinya. Bagi Reina, respon Jungkook yang lucu atau saat ia kesal, menunjukkan kepribadiannya yang imut dan menggemaskan.

3. Aura: Setelah mengakses konten Jungkook di X, Aura menilai bahwa Jungkook jarang memberikan update, namun apabila terdapat update, hal tersebut bermakna bagi Aura karena berarti melihat kehidupannya Jungkook yang membuatnya merasa seperti teman dekatnya. Selain itu, Aura juga menilai bahwa Jungkook adalah seorang individu yang rendah hati karena ia tetap berinteraksi dengan penggemarnya walaupun sudah terkenal.

4. Luna: Setelah mengakses konten Jungkook di X, Luna merasa lebih dekat dengan Jungkook karena konten yang ia konsumsi menampilkan kehidupan Jungkook di luar panggung. Adanya Konten tersebut dinilai lebih personal karena apa yang ditunjukkan luar panggung cenderung tidak ditunjukkan oleh Jungkook di atas panggung sehingga menurutnya lebih bersifat personal.

5. Mika: Setelah mengakses konten Jungkook di X merasa seolah-olah berteman dengan Jungkook. Hal ini disebabkan oleh konten yang ia konsumsi di X yang memperlihatkan kehidupan Jungkook di atas dan di luar panggung.

Adanya kedekatan terhadap sosok Jungkook yang asli mendorong para informan untuk membaca cerita-cerita AU Jungkook BTS di X. Perlu ditambahkan juga, bahwa rata-rata durasi para informan mengakses konten Jungkook lebih tinggi dibandingkan dengan rata-rata durasi mereka membaca cerita AU Jungkook BTS di X, dengan durasi 40 jam per minggu untuk mengakses konten Jungkook, dan 12 jam untuk membaca cerita AU Jungkook BTS di X. Selanjutnya, para informan menjelaskan bagaimana mereka melihat karakter AU

Jungkook BTS berdasarkan cerita-cerita AU yang mereka baca di X. mereka melihat karakter AU Jungkook seperti berikut:

1. Para informan melihat karakter AU Jungkook BTS sebagai suatu figur yang menarik. Hal ini terjadi karena karakter AU Jungkook mampu memberikan mereka kebebasan dalam membayangkan sosok Jungkook dalam berbagai versi.

2. Para informan melihat karakter AU Jungkook BTS sebagai sumber hiburan, serta menjadi topik diskusi sosial. Berdasarkan wawancara, para informan menjadikan karakter tersebut sebagai sumber hiburan karena dengan membaca cerita-cerita AU Jungkook, mereka mampu berlari dari rutinitas dan tekanan kehidupan sehari-hari. Sedangkan untuk perihal topik diskusi sosial, para informan membagikan, merekomendasikan, serta berdiskusi mengenai AU Jungkook.

3. Para Informan mengakui pernah membayangkan karakter AU Jungkook BTS di dalam kehidupan pribadi mereka, seperti misalkan Reina, Luna, dan Mika membayangkannya sebagai seorang pacar, sedangkan Dina dan Aura membayangkannya sebagai seorang teman. Selain itu, mereka juga mengakui bahwa mereka merasakan dampak emosional terhadap situasi

yang dialami oleh karakter AU Jungkook, seperti misalkan ikut serta senang atau sedih tergantung dengan situasi yang dialami oleh karakter tersebut.

4. Mayoritas dari para informan (Reina, Aura, Luna, dan Mika) tidak menunjukkan adanya keterlibatan emosional yang ekstrem terhadap karakter AU Jungkook BTS. Hal tersebut terlihat dengan mereka tidak merasakan eksklusivitas terhadap karakter AU Jungkook, kerelaan mereka untuk melakukan atau mengorbankan sesuatu untuk karakter AU Jungkook, namun dalam batas yang wajar, dan mereka tidak menghubungi penulis AU untuk mengetahui lebih lanjut tentang karakter AU Jungkook. Pengecualian terletak pada satu informan, yaitu Dina, yang menyatakan bahwa ia pernah merasa bahwa hanya dirinya yang berhak memiliki karakter AU Jungkook ketika ia merasa obsesif.

Hasil Observasi

Peneliti melakukan observasi non-partisipatoris terhadap dua cerita AU Jungkook BTS yang berada di X. Cerita yang terpilih, didasari oleh jenis cerita-cerita AU Jungkook yang dibaca oleh para informan. Cerita-cerita AU Jungkook tersebut adalah “4th Avenue Café” sebagai cerita AU yang memposisikan pembaca untuk memiliki hubungan langsung dengan Jungkook, dan “Renjana”, yaitu cerita AU Jungkook dengan sosok Jungkook yang bertolak belakang dari versi aslinya. Hasil observasi peneliti adalah seperti berikut:

1. Cerita AU “4th Avenue Cafe”

Di dalam cerita AU ini, karakter AU Jungkook digambarkan sebagai seorang barista yang berempati dan suportif terhadap karakter pembaca. Jalannya cerita melihat karakter pembaca, serta karakter AU Jungkook semakin mendekat, dan melihat bagaimana mereka menghadapi tantangan secara bersama. Reaksi kpopers terhadap cerita AU ini menunjukkan adanya reaksi terhibur, di mana mereka mengutarakan rasa suka mereka terhadap Jungkook sebagai barista, serta menunjukkan antusiasme dalam mengikuti jalan cerita. Selain itu, juga terdapat reaksi emosional dari kpopers, di mana mereka mengekspresikan rasa peduli dan simpati mendalam terhadap situasi yang dialami karakter AU Jungkook.

2. Cerita AU “Renjana”

Di dalam cerita AU ini, karakter AU Jungkook dinamakan sebagai Kael Renjana, seorang barista, dan ojek online yang gigih. Jalannya cerita melihat Kael berpasangan dengan Alana, seorang perempuan dari keluarga yang berlatar sosial-ekonomi tinggi. Reaksi kpopers menunjukkan adanya reaksi terhibur, di mana mereka menggarisbawahi kesenjangan sosial antara Kael dan Alana, serta tampang dan kepribadian Kael yang diekspresikan melalui pengutaraan komentar dan emoji dalam nada santai. Selain itu juga terdapat reaksi emosional dari kpopers, di mana mereka menunjukkan rasa peduli dan simpati melalui keinginan untuk membantu Kael, dan juga terdapat reaksi di mana seorang kpoper ingin diperlakukan seperti Alana oleh Kael.

PEMBAHASAN

Korean Wave (Hallyu) sebagai Jalur Masuk

Menurut Samosir dan Wee (2023) Korean Wave atau Hallyu adalah suatu fenomena yang melihat penyebaran global budaya Korea Selatan melalui media hiburan seperti K-POP. Berdasarkan hasil wawancara, terlihat bahwa para informan mengonsumsi berbagai konten BTS sebelum akhirnya menyukai BTS, dan menggemari Jungkook. Walau para informan tidak menjelaskan secara spesifik mengenai jenis media yang digunakan, hal ini tetap mengindikasikan adanya efek hallyu sebagai jalur masuk para informan sebelum terbentuk hubungan parasosial dengan karakter AU Jungkook BTS. Hal tersebut karena, melalui konten yang dikonsumsi, para informan mengenal BTS, dan akhirnya menggemari Jungkook, sehingga menyebabkan mereka untuk berinteraksi secara parasosial dengan Jungkook, dan pada akhirnya, membentuk hubungan parasosial dengan karakter AU Jungkook BTS.

Interaksi Parasosial Kpopers dengan Jungkook BTS

Melanjutkan dari penjelasan diatas, interaksi parasosial antara para informan dengan Jungkook terjadi melalui akses para informan terhadap berbagai konten Jungkook melalui akun-akun resmi BTS, serta akun-akun fansite Jungkook yang mereka ikuti di X. Berdasarkan hasil wawancara, terlihat bahwa para informan semakin tertarik dengan sosok Jungkook yang asli setelah mengakses kontennya, dan dari ketertarikan tersebut mereka pun terdorong membaca cerita AU Jungkook di X. Namun, ketertarikan tersebut tidak berdiri sendiri, melainkan disebabkan oleh para informan yang merasakan adanya kesan kedekatan dari Jungkook. Kedekatan tersebut

dirasakan para informan karena adanya bentuk self-disclosure dari Jungkook kepada para informan. Namun berdasarkan hasil wawancara, self-disclosure terjadi secara tidak langsung, di mana observasi mereka terhadap ekspresi nonverbal, perilaku spontan, dan interaksi santai di dalam unggahan media sosialnya menyebabkan terbentuknya kesan kedekatan dengan Jungkook (Klimmt, Hartmann, dan Schramm, 2006).

Untuk membantu penjelasan kedekatan di atas, dapat terlihat bahwa penggunaan X oleh para informan menempatkan mereka di dalam ruang digital yang memediasi keterlibatan dengan konten Jungkook. Sejalan dengan Baym (2015), para informan pun menafsirkan konten Jungkook tersebut dan membentuk kedekatan dengannya, di mana hal tersebut terlihat dengan para informan merasakan kesan kedekatan dari Jungkook melalui konten-kontennya yang mereka lihat di X. Oleh karena itu, dapat diindikasikan bahwa X disini membantu memfasilitasi kedekatan yang dirasakan oleh para informan.

Berdasarkan uraian diatas, dapat dilihat bahwa, self-disclosure yang diobservasi para informan menjadi suatu jembatan virtual yang membentuk kedekatan emosional mereka dengan Jungkook. Kedekatan tersebut pun berkontribusi terhadap ketertarikan mereka dengan Jungkook, sehingga mereka pun terdorong untuk membaca cerita AU yang menampilkan karakter AU Jungkook BTS di X. Oleh karena itu, dapat diindikasikan bahwa interaksi parasosial terdahulu dengan sosok Jungkook yang asli di X menjadi latar untuk para informan berinteraksi parasosial dengan karakter AU Jungkook BTS. Hal tersebut sesuai dengan Forster (2023), di mana kedekatan awal pada figur yang nyata mempermudah penerimaan versi alternatifnya.

Interaksi Parasosial Kpopers dengan Karakter AU Jungkook BTS

Berangkat dari penjelasan sebelumnya, interaksi parasosial terdahulu dengan sosok Jungkook yang asli mendorong para informan untuk membaca AU Jungkook di X. Aktivitas membaca para informan tersebut adalah interaksi parasosial yang terjadi antara para informan dengan karakter AU Jungkook. Pada titik ini, objek parasosial bergeser ke karakter AU sehingga interaksi parasosialnya pun berdiri sendiri, dengan kedekatan yang terbentuk dengan sosok Jungkook yang asli berfungsi sebagai pintu masuk. Pergeseran objek parasosial terjadi karena sumber self-disclosure di dalam interaksi parasosial berpindah dari konten Jungkook ke narasi AU, (Forster, 2023). Bagaimana self-disclosure dari karakter AU Jungkook BTS terjadi, akan dijelaskan di paragraf berikutnya.

Berdasarkan Barnes (2015), akses dan pembacaan fan fiction meningkatkan keterlibatan emosional pembaca, di mana pembaca memasukkan diri mereka ke dalam skenario alternatif bersama figur media (Barnes, 2015). Di dalam cerita AU Jungkook BTS di X, hal tersebut dapat terjadi melalui penulis AU yang menunjukkan sisi emosional dan personal dari karakter AU Jungkook BTS, sehingga para informan pun dapat mengalami self-disclosure dan membentuk kedekatan. (Klimmt, Hartmann, & Schramm, 2006).

Dampak dari self-disclosure tersebut dapat terlihat dengan bagaimana para informan mengakui adanya dampak emosional, seperti merasa turut senang, sedih, serta marah, terhadap situasi yang dialami oleh karakter AU Jungkook. Selain itu, observasi peneliti terhadap reaksi kpopers pada cerita AU “4th Avenue Café” serta “Renjana” mendukung bagaimana self-disclosure dari narasi AU mampu membentuk kedekatan, dengan reaksi kpopers yang menunjukkan adanya simpati terhadap situasi karakter AU Jungkook BTS.

Untuk membantu penjelasan kedekatan di atas, dapat terlihat bahwa penggunaan X oleh para informan menempatkan mereka di dalam ruang digital yang memediasi keterlibatan dengan konten karakter AU Jungkook BTS. Sejalan dengan Baym (2015), para informan pun menafsirkan cerita AU Jungkook dan membentuk kedekatan dengan karakter AU Jungkook, dan hal tersebut terlihat dengan para informan merasakan adanya kesan kedekatan dari karakter AU Jungkook melalui narasi AU yang mereka baca di X. Oleh karena itu, dapat diindikasikan bahwa X disini membantu memfasilitasi kedekatan yang dirasakan oleh para informan.

Berdasarkan hasil wawancara, ditemukan bahwa para informan melakukan interaksi parasosial berlanjut dengan karakter AU Jungkook yang dapat terlihat melalui rutinitas mereka membaca cerita AU Jungkook di X, yaitu secara rata-rata sebanyak 12 jam per minggu. Hal tersebut sejalan dengan Zafina & Sinha (2024), di mana kedekatan terhadap figur media mendorong khalayak untuk secara rutin berinteraksi dengan figur media.

Tahapan Hubungan Parasosial Kpopers dengan Karakter AU Jungkook BTS

Forster (2021) menjelaskan bahwa kedekatan emosional yang terus terjadi melalui konsumsi konten secara rutin, yang terlihat dengan jadwal pembacaan cerita AU para informan, dapat berkembang menjadi hubungan parasosial, yaitu bentuk keterikatan satu arah yang lebih dalam yang dirasakan oleh khalayak, namun figur media tidak merasakan hal yang sama.

Berdasarkan hasil wawancara terlihat bahwa para informan memasuki hubungan parasosial, di mana untuk penelitian ini akan dijelaskan melalui tahapan-tahapan hubungan parasosial oleh Giles dan Maltby (2006), dengan penjelasan tambahan dari Forster (2023) dalam bukunya, “The Oxford Handbook of Parasocial Experiences”. Penjelasanannya adalah seperti berikut:

1. Entertainment-Social

Berdasarkan Giles dan Maltby (2006), terlihat bahwa para informan telah memasuki tahap pertama yaitu, Entertainment-Social, di mana mereka melihat karakter AU Jungkook BTS sebagai sumber hiburan, serta bahan diskusi sosial. Hal tersebut terlihat dengan bagaimana para informan memenuhi indikator-indikator di dalam buku Forster (2023) untuk tahapan ini, dengan bagaimana mereka melihat karakter AU Jungkook sebagai sumber hiburan sehingga pembacaan cerita AU Jungkook di X memungkinkan mereka melepaskan diri sejenak dari rutinitas dan tekanan hidup mereka, serta dengan mereka membagikan, merekomendasikan, serta berdiskusi mengenai AU Jungkook.

Untuk menjelaskan bagaimana para informan mampu melihat karakter AU Jungkook sebagai sumber hiburan, perlu digarisbawahi alasan para informan melihat karakter AU Jungkook sebagai menarik, yaitu karena memberikan mereka kebebasan dalam membayangkan sosok Jungkook dalam berbagai versi. Oleh karena itu dapat dijelaskan bahwa daya tarik utama dari karakter AU Jungkook BTS untuk para informan terletak pada bagaimana karakter tersebut tetap merepresentasikan sosok Jungkook, sang idol yang sudah memiliki kedekatan dengan mereka. Berdasarkan hal tersebut, karakter AU Jungkook BTS pun menjadi sumber kesenangan bagi para informan untuk menghibur diri mereka.

2. Intense-Personal

Berdasarkan Giles dan Maltby (2006), terlihat bahwa para informan telah memasuki tahap kedua yaitu Intense-Personal, di mana mereka merasakan adanya hubungan yang lebih pribadi karena adanya keterlibatan emosional yang lebih tinggi dengan figur media. Hal tersebut terlihat dengan bagaimana para informan memenuhi indikator-indikator di dalam buku Forster (2023) untuk tahapan ini, dengan bagaimana mereka membayangkan karakter AU Jungkook di dalam kehidupan pribadi mereka, serta merasakan adanya dampak emosional terhadap berbagai situasi yang dialami oleh karakter AU Jungkook di dalam cerita.

Untuk menjelaskan bagaimana para informan mampu memiliki keterlibatan emosional yang lebih tinggi dengan Jungkook, perlu digarisbawahi kontribusi penulis AU. Di dalam narasi AU, penulis AU mampu menampilkan pikiran dan emosi karakter AU Jungkook BTS sehingga pembaca mampu melihat sisi emosional dan personal karakter AU Jungkook lebih dalam. Oleh karena itu dapat diindikasikan bahwa terbukanya akses untuk melihat sisi emosional dan personal Jungkook menyebabkan para informan untuk mendapatkan gambaran yang jelas mengenai karakter AU Jungkook BTS, sehingga mereka pun membayangi dirinya di dalam kehidupan pribadi, serta merasakan dampak emosional terhadap situasi yang dialaminya.

3. Borderline-Pathological

Berdasarkan Giles dan Maltby (2006), terlihat bahwa mayoritas dari para informan (Reina, Aura, Luna, dan Mika) tidak memasuki tahap ketiga yaitu, Borderline Pathological, sedangkan satu informan, Dina, menunjukkan adanya kecenderungan terhadap tahap ini. Untuk mayoritas dari para informan, mereka tidak memasuki tahapan ini karena mereka tidak memenuhi indikator-indikator dari buku Forster (2023), yang terlihat dengan para informan tidak merasakan eksklusivitas terhadap karakter AU Jungkook, kerelaan mereka untuk melakukan atau mengorbankan sesuatu untuk karakter AU Jungkook, namun dalam batas yang wajar, dan mereka tidak menghubungi penulis AU untuk mengetahui lebih lanjut tentang karakter AU Jungkook.

Sedangkan untuk Dina, ia memiliki kecenderungan terhadap tahap ini karena ia mengakui bahwa ia pernah merasakan hanya dirinya yang dapat “memiliki” karakter AU Jungkook, ketika ia merasa obsesif. Namun, adanya kesadaran tersebut mengindikasikan perasaan obsesif Dina tidak selalu dirasakan ketika ia membaca cerita AU Jungkook. Selain itu, hasil wawancara juga menunjukkan bahwa ia tidak memenuhi indikator-indikator lain dari tahapan ini, sehingga Dina dinilai memiliki kecenderungan pada tahap Borderline-Pathological, namun tidak sepenuhnya memasukinya.

Untuk menjelaskan bagaimana mayoritas informan tidak menunjukkan adanya keterlibatan emosional yang ekstrem terhadap karakter AU Jungkook BTS, dapat diindikasikan bahwa mereka sadar bahwa karakter AU Jungkook BTS merupakan konstruksi penulis AU, dan Jungkook adalah seorang figur nyata. Kesadaran ini pun menjadi faktor pembatas yang mencegah keterlibatan emosional ekstrem mereka terhadap karakter AU Jungkook. Bagaimana mayoritas informan sadar dapat dihubungkan untuk dengan durasi pembacaan AU (secara rata-rata, 12 jam per minggu) yang

lebih rendah dibandingkan akses konten Jungkook para informan di X (secara rata-rata, 40 jam per minggu). Durasi tersebut mengindikasikan bahwa keterlibatan mereka terhadap sosok Jungkook yang asli berlangsung lebih intens dan konsisten dibandingkan dengan karakter AU Jungkook BTS (Forster, 2021). Oleh karena itu, dapat diindikasikan bahwa frekuensi interaksi yang lebih tinggi terhadap Jungkook ini lah yang menyebabkan kesadaran para informan, sehingga mereka pun tidak memasuki tahap ketiga.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, kesimpulan dari penelitian ini adalah seperti berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa para informan mengikuti sosok Jungkook yang asli di X. Para informan menunjukkan intensitas akses konten Jungkook dengan rata-rata durasi 40 jam setiap minggunya sehingga membentuk interaksi parasosial yang ditandai dengan adanya kesan self-disclosure dari Jungkook. Proses tersebut menumbuhkan kedekatan emosional antara para informan dengan Jungkook, yang kemudian mendorong mereka untuk membaca AU Jungkook dengan rata-rata durasi 12 jam per minggu. Hal ini mengindikasikan bahwa tahapan hubungan parasosial antara informan dengan karakter AU Jungkook BTS berawal dari interaksi bersama sosok Jungkook yang asli di X.

2. 4 dari 5 informan memasuki tahap kedua, dan tidak berlanjut ke tahap ketiga. Para informan masuk ke tahap kedua karena adanya kontribusi penulis AU dalam menggambarkan cerita, serta karakter AU Jungkook BTS. Hal tersebut menyebabkan keterlibatan emosional yang lebih tinggi dari para informan terhadap karakter AU Jungkook. Selanjutnya, para informan tidak memasuki tahap ketiga karena adanya kesadaran bahwa AU Jungkook bukanlah sosok Jungkook yang asli. Durasi interaksi para informan yang lebih tinggi terhadap sosok Jungkook yang asli di X, mengindikasikan bahwa durasi tersebut menyebabkan kesadaran para informan.

3. Dari hasil penelitian ditemukan bahwa hanya Dina yang menunjukkan kecenderungan terhadap tahap ketiga. Hal tersebut karena Dina mengakui pernah merasakan bahwa hanya ia yang dapat “memiliki” AU Jungkook ketika ia merasa obsesif. Namun, pengakuan ini mengindikasikan adanya kesadaran diri, dan ditambahkan bersama tidak terpenuhinya indikator lain, menyebabkan ia tidak sepenuhnya masuk ke dalam tahap ketiga.

SARAN

1. Untuk penulis AU dengan karakter AU Jungkook BTS disarankan untuk selalu mengasah kreativitasnya dalam menulis jalan cerita AU dan gambaran karakter AU Jungkook untuk selalu memberikan cerita yang berkesan pada kpopers.
2. Bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian serupa, disarankan untuk meneliti kpopers yang menggemari Jungkook serta membaca AU Jungkook di X, namun tidak mengikuti akun-akun yang menggambarkan Jungkook di X. Hal ini demikian untuk melihat perbedaan tahapan hubungan parasosial, mengingat penelitian ini menunjukkan adanya indikasi bahwa para informan tidak memasuki tahap ketiga karena adanya interaksi awal dengan sosok Jungkook yang asli di X.

DAFTAR REFERENSI

Buku

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. CV. Syakir Media Press.
- Alperstein, N. M. (2019). *Celebrity and Mediated Social Connections : Fans, Friends and Followers in the Digital Age*. Springer International Publishing.
- Baym, N. K. (2015). *Personal Connections in the Digital Age* (2nd ed.). Polity Press.
- Forster, R. T. (2021). *Parasocial romantic relationships : falling in love with media figures*. Lexington Books.
- Forster, R. T. (2023). *The Oxford Handbook of Parasocial Experiences*. Oxford University Press, USA.
- Freberg, K. J. (2019). *Social media for strategic communication : creative strategies and research-based applications*. Sage.
- Harahap, N. (2020). *PENELITIAN KUALITATIF* (1st ed., pp. 1–159). Wal ashri Publishing.
- Kress, N. (2005). *Characters, Emotion & Viewpoint (Write Great Fiction)*. Writer's Digest Books.
- McQuail, D., & Deuze, M. (2020). *Mcquail's Media And Mass Communication Theory*. (7th ed.). Sage Publications.

Nugroho, C. (2020). CYBER SOCIETY: Teknologi, Media Baru, dan Disrupsi Informasi. Prenada Media.

Pardo, R. P. (2022). Shrimp to Whale. Hurst Publishers.

Samosir, N., & Wee, L. (2023). Sociolinguistics of the Korean Wave. Taylor & Francis. Samsu. (2017). METODE PENELITIAN: (Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif,

Kuantitatif, Mixed Methods, serta Research & Development) (1st ed., pp. 1–185). Pusat Studi Agama dan Kemasyarakatan (PUSAKA).

Sugiyono. (2013). METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R & D (19th ed.). Penerbit Alfabeta.

Yoon, T.-J., & Jin, D. Y. (2017). The Korean Wave : evolution, fandom, and transnationality. Lexington Books.

Artikel Jurnal

Amanda, N. A. J. (2022). Analisis Fenomena Fandom K-Pop dalam kajian Hubungan Parasosial: Literatur Review. JURNAL PSIMAWA, 5(2), 86–90. <https://doi.org/10.36761/jp.v5i2.2113>

Ambronsius, L. I., & Rahman, A. (2022). Menganalisis Pengaruh Platform Twitter Sebagai Alat Komunikasi Kpopers dalam Berspesialisasi Penyebaran Informasi. Pinisi Journal of Art, Humanity and Social Studies, 2(6), 234–240.

Ardhiyansyah, A., Maharani, D. P., Sari, S. P., & Mansur, U. (2021). K-Pop Marketing Tactics That Build Fanatical Behavior. Nusantara Science and Technology Proceedings, 4(4), 66–70. <https://doi.org/10.11594/nstp.2021.1007>

Ascue, A. G. S., Balmeo, D. K. C., Unay, R. B., Yap, C. G. S., & Cortez, R. G. C. (2023). “Annyeong, Saranghae!!!”: A Phenomenological Study on the Effects of Parasocial Relationships between Adult Filipino K-pop Fans and their Idols. Animo Repository.

Barnes, J. L. (2015). Fanfiction as imaginary play: What fan-written stories can tell us about the cognitive science of fiction. Poetics, 48, 69–82. <https://doi.org/10.1016/j.poetic.2014.12.004>

- Chandi, J. K., & Trehan, K. (2022). Clutching on to Gendered Tropes? Framing of Gender Roles and Power Dynamics by Young Indian Writers of BTS Fanfiction. *Journalism and Media*, 3(4), 715–730. <https://doi.org/10.3390/journalmedia3040047>
- Chen, L., Chen, G., Ma, S., & Wang, S. (2022). Idol Worship: How Does It Influence Fan Consumers' Brand Loyalty? *Frontiers in Psychology*, 13(850670). <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.850670>
- Fadianti, C. A., Sari, D. N., Yunandar, F., Septianingsih, F., Adnan, F., Aji, J. F., Syifa, M., & Wibisono, W. (2024). Digital Media and Fandom Culture (Case Study of K-Pop Community) Tangerang, Indonesia. *International Journal of Advanced Multidisciplinary Research and Studies*, 4(4), 259–263. <https://doi.org/10.62225/2583049x.2024.4.4.3033>
- Giles, D. C., & Maltby, J. (2006). Praying at The Altar of The Stars. *The Psychologist*, 19(2), 82–85.
- Horton, D., & Wohl, R. (1956). Mass Communication and Para-Social Interaction: Observations on Intimacy at a Distance. *Psychiatry*, 19(3), 215–229. <https://doi.org/10.1080/00332747.1956.11023049>
- Khairunnisa, D. P., & Nurudin. (2024). Alternative Universe (AU) sebagai Saluran Koneksi Emosional dalam Budaya K-pop. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(1), 180–191. <https://doi.org/10.30596/ji.v8i1.17640>
- Maros, M., & Abdul, N. (2022). Building Online Social Identity and Fandom Activities of K-pop Fans on Twitter. *3L: Language, Linguistics, Literature® the Southeast Asian Journal of English Language Studies*, 28(3). <http://doi.org/10.17576/3L-2022-2803-18>
- Renita, Alfia, D., & None Nurul Istiqomah. (2024). Bentuk Interaksi Parasosial pada Penggemar K-Pop Melalui Media Sosial X. *Mutiara Jurnal Penelitian Dan Karya Ilmiah*, 2(3), 105–113. <https://doi.org/10.59059/mutiara.v2i3.1264>
- Sagita, A., & Donie Kadewardana, D. (2017). Hubungan Parasosial di Media Sosial: Studi Pada Fandom Army di Twitter. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 8(1), 25–58.

Sysca, D. H., & Dwivayani, K. D. (2024). Fenomena Hubungan Parasosial Penggemar dan Idol K-Pop dalam Penggunaan Aplikasi Weverse. *Jurnal Indonesia*, 5(1), 498–511. <https://doi.org/10.35870/jimik.v5i1.517>

Widayani, N. L. A., Purnawan, N. L. R., & Pradipta, A. D. (2021). POLA KOMUNIKASI ANTAR PENGEMAR “iKON” SEBAGAI “CYBERFANDOM” DI TWITTER . *MEDIUM*, 2(2), 130–138.

Wiratsih, W., & Wahyuni, A. K. T. (2025). MEDIA TRANSFORMATION OF ALTERNATE UNIVERSE (AU) USING K-POP ARTISTS’ VISUAL CLAIMS INTO NOVEL FORM. *LATTE: A Journal of Language, Culture, and Technology* ISSN 3063-0754, 2(2). <https://doi.org/10.24002/lj.v2i2.10465>

Yusuf, F., Rahman, H., Rahmi, S., & Lismayani, A. (2023). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Komunikasi, Informasi, dan Dokumentasi: Pendidikan di Majelis Taklim Annursejahtera. *JHP2M: Jurnal Hasil-Hasil Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2(1), 1–9.

Zafina, N., & Sinha, A. (2024). Celebrity-fan relationship: studying Taylor Swift and Indonesian Swifties’ parasocial relationships on social media. *Media Asia*, 1–15. <https://doi.org/10.1080/01296612.2024.2304422>

Website

Perez, S. (2025, July 7). Threads is nearing X’s daily app users, new data shows | TechCrunch. TechCrunch. <https://techcrunch.com/2025/07/07/threads-is-nearing-xs-daily-app-users-new-data-shows/>

Voytko-Best, L. (2020, May 3). BTS’ Jungkook Breaks The Internet (Again) With Twitter’s Most-Liked Tweet This Week. *Forbes*. <https://www.forbes.com/sites/lisettevoytko/2020/05/03/bts-jungkook-breaks-the-internet-again-with-twiters-most-liked-tweet-this-week/>

X. (2023, September 20). Who can see your posts – X privacy and protection settings. X.com. <https://help.x.com/en/safety-and-security/public-and-protected-posts>

X. (2025). Glossary. X.com. <https://help.x.com/en/resources/glossary> Weverse. (2025, August 28). Global Fandom Platform - Weverse. Weverse.io.

<https://weverse.io/notice/29637?>

Ziwei, P. (2023, October 27). K-pop streams globally are up 42 per cent over the past year. NME. <https://www.nme.com/news/music/k-pop-streams-globally-up-42-per-cent-over-past-year-3523526>