

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Fenomena Hallyu atau Korean Wave telah menjadi tren global yang memengaruhi berbagai aspek kehidupan, terutama dalam industri hiburan dan interaksi sosial. Musik K-Pop sebagai produk utama Hallyu telah menciptakan komunitas penggemar yang besar di seluruh dunia, termasuk di Indonesia (Salsabila Syawal, 2023). Kehadiran teknologi digital dan media sosial semakin memperkuat hubungan antara idola dan penggemar melalui berbagai platform daring, salah satunya adalah Weverse (Flinchum et al., 2024). Weverse adalah platform eksklusif yang memberikan kesempatan bagi penggemar untuk berkomunikasi langsung dengan idola mereka melalui unggahan pesan, foto, serta fitur komentar. Fitur-fitur ini memberikan pengalaman yang lebih personal bagi penggemar, seolah-olah mereka memiliki hubungan yang dekat dengan idola (Wardani & Kusuma, 2021). Namun, meskipun memberikan akses lebih luas, interaksi yang terjadi tetap bersifat satu arah dan dapat menimbulkan keterikatan emosional yang intens bagi penggemar (Alisya et al., 2023). Oleh karena itu, perlu dilakukan kajian mendalam mengenai bagaimana platform ini memengaruhi interaksi parasosial dalam fandom SEVENTEEN.

Pemilihan boygroup SEVENTEEN sebagai objek penelitian didasarkan pada posisi mereka sebagai salah satu grup K-Pop dengan basis penggemar aktif terbesar di Weverse, yakni lebih dari 4,8 juta pengguna (HYBE, 2024). Dibandingkan dengan grup

K-Pop lainnya, SEVENTEEN secara konsisten menunjukkan aktivitas digital tinggi, mulai dari siaran langsung, unggahan eksklusif, hingga interaksi dua arah terbatas yang memicu keterlibatan emosional dari penggemar. Keunikan lain dari SEVENTEEN adalah jumlah anggota yang banyak (13 orang) dan karakter tiap member yang sangat beragam, sehingga memungkinkan terjadinya bentuk interaksi parasosial yang lebih kompleks dan beragam di kalangan penggemar. Hal ini memberikan ruang observasi yang lebih kaya secara data dan relevan dengan pendekatan tiga dimensi dalam teori interaksi parasosial, yaitu kognitif, afektif, dan perilaku. Dengan kata lain, SEVENTEEN bukan hanya dipilih karena popularitasnya, melainkan karena mereka merepresentasikan dinamika fandom digital modern yang aktif, intens, dan strategis secara komunikasi.

Interaksi parasosial dalam fandom K-Pop telah menjadi objek penelitian yang menarik, karena memberikan pemahaman baru mengenai hubungan emosional antara idola dan penggemar. Studi sebelumnya mengungkap bahwa interaksi parasosial memberikan rasa kedekatan yang kuat bagi penggemar, meskipun hubungan tersebut tidak terjadi secara timbal balik (Salsabila Syawal, 2023). Penelitian yang dilakukan oleh (Wardani & Kusuma, 2021) yang meneliti interaksi parasosial pada fandom Army di media sosial Twitter menunjukkan bahwa interaksi parasosial dapat memunculkan reaksi kognitif, afektif, dan perilaku yang signifikan terhadap idola. Namun, studi yang secara khusus membahas fenomena ini di Weverse, terutama dalam komunitas penggemar SEVENTEEN, masih sangat terbatas. Perbedaan dinamika interaksi dalam

setiap platform menunjukkan adanya perbedaan pola keterlibatan penggemar yang perlu diteliti lebih lanjut. Dengan demikian, kajian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bentuk keterlibatan emosional dan psikologis yang terjadi di Weverse dalam fandom SEVENTEEN. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru mengenai bagaimana interaksi parasosial memengaruhi perilaku penggemar dan bagaimana platform digital memfasilitasi keterlibatan tersebut.

Salah satu kesenjangan penelitian yang perlu dijelajahi lebih lanjut adalah bagaimana penggemar SEVENTEEN mengalami interaksi parasosial di Weverse, baik dalam aspek komunikasi, keterlibatan emosional, maupun dampaknya terhadap perilaku penggemar. Sebuah studi oleh (Flinchum et al., 2024) yang berjudul “*Displays of Parasocial Interaction in K-Pop: A Content Analysis of YouTube Comments on BTS’s Music Videos*” menemukan bahwa platform sosial media seperti instagram, youtube, dan X dapat memperkuat hubungan emosional antara idola dan penggemar melalui fitur komunikasi yang lebih interaktif. Namun, penelitian tersebut lebih berfokus pada analisis komentar di YouTube dalam fandom BTS dan belum menyoroti pengalaman spesifik komunitas Carat, sebutan bagi penggemar SEVENTEEN. Karakteristik interaksi di Weverse yang berbeda dari platform lain menunjukkan adanya pola keterlibatan unik yang perlu dikaji lebih lanjut. Dengan memahami bagaimana interaksi parasosial terbentuk di platform ini, penelitian dapat membantu menjelaskan dampak emosional dan sosial yang dirasakan oleh penggemar. Selain itu, hasil

penelitian ini juga dapat menjadi dasar untuk mengembangkan strategi yang lebih baik dalam mengelola komunitas penggemar di media sosial.

Sebuah studi oleh (Pramesthi, 2021) yang berjudul “*Parasocial Relationships and the Formation of Hyperreality in the BTS World Game*” menunjukkan bahwa media digital memiliki peran besar dalam memperkuat hubungan parasosial antara idol dan penggemar. Melalui hiperrealitas yang diciptakan oleh permainan BTS World, penggemar merasa seolah memiliki hubungan personal dengan idol mereka, meskipun interaksi sebenarnya bersifat satu arah. Hal ini menunjukkan bahwa media digital bukan hanya sekadar sarana konsumsi konten, tetapi juga membentuk keterikatan emosional yang kuat antara penggemar dan idol. Studi ini relevan dengan penelitian skripsi mengenai interaksi parasosial antara SEVENTEEN dan penggemarnya di aplikasi Weverse, karena kedua platform (BTS World dan Weverse) menyediakan pengalaman interaktif yang mendorong penggemar untuk lebih terlibat dalam fandom mereka. Namun, penelitian milik (Pramesthi, 2021) lebih berfokus pada hubungan parasosial dalam konteks game, sedangkan penelitian ini akan mengeksplorasi fenomena yang sama dalam ruang media sosial yang lebih luas, yaitu aplikasi *fandom* Weverse.

Weverse adalah sebuah platform yang dirancang untuk mendekatkan idol dan penggemar melalui berbagai fitur seperti unggahan eksklusif, komentar, dan interaksi langsung. Meskipun interaksi ini sering kali bersifat satu arah karena idol hanya merespons beberapa komentar atau unggahan tertentu penggemar tetap merasakan

kedekatan emosional yang mendalam dengan idol mereka. Inilah yang menjadikan urgensi penelitian ini , karena belum banyak studi yang secara spesifik meneliti bagaimana bentuk interaksi parasosial yang terjadi di Weverse, di mana penggemar merasa memiliki hubungan emosional dengan SEVENTEEN meskipun interaksi yang terjadi bersifat satu arah, membentuk pengalaman psikologis mereka (seperti rasa keterikatan, kebahagiaan, atau ketergantungan) serta memperkuat identitas sosial mereka dalam komunitas fandom.

Gejala utama dari fenomena ini mencakup tingginya intensitas keterlibatan penggemar di Weverse, kecenderungan untuk mengembangkan keterikatan emosional yang kuat, serta perubahan perilaku sosial yang berkaitan dengan pola konsumsi media dan interaksi daring. Faktor utama yang menyebabkan fenomena ini adalah sifat platform digital yang memungkinkan pengalaman komunikasi yang lebih personal dan eksklusif, meskipun tetap bersifat satu arah. Penelitian yang dilakukan oleh Kim terhadap 2.000 responden menunjukkan bahwa 73% penggemar mengalami peningkatan keterikatan emosional setelah menggunakan fitur live chat, dengan 58% di antaranya merasa "dikenali" oleh idola meski hanya berinteraksi melalui komentar (Kim, 2022). Pada komunitas SEVENTEEN grup K-Pop dengan basis penggemar (CARAT) terbesar di Weverse gejala ini mencapai tingkat yang mengkhawatirkan.

Berdasarkan data dari HYBE *Annual Report 2024* atau *Weverse Transparency Report Q4 2024* mencatat 4,8 juta pengikut SEVENTEEN di platform tersebut, dengan rata-rata 12.000 komentar per unggahan, sebagian besar berisi ekspresi emosional. Studi kasus oleh McLaren mengungkap bahwa SEVENTEEN melakukan 3-5 sesi siaran langsung per bulan,

masing-masing berdurasi 40-120 menit, di mana anggota grup berbicara secara intim ke kamera seolah-olah sedang berbincang dengan teman dekat (McLaren, 2021). Interaksi ini, ditambah dengan 82% konten eksklusif seperti video *behind the scenes (inside seventeen)* dan *voice message* memperkuat ilusi kedekatan dan memicu gejala *imaginary intimacy syndrome*, kondisi di mana penggemar menganggap hubungan parasosial sebagai hubungan nyata (Liew & Lee, 2020). Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh (Andri Ardhiyansyah et al., 2021) dalam jurnal yang berjudul “K-Pop Marketing Tactics That Build Fanatical Behavior” Terlihat dari kebiasaan penggemar yang menghabiskan Rp1.500.000-Rp3.000.000 per bulan untuk keanggotaan VIP atau merchandise eksklusif, serta mengatur jadwal harian sesuai aktivitas idola di Weverse .

Kondisi ini menimbulkan tantangan baru dalam memahami dampak psikologis dan sosial dari interaksi parasosial dalam fandom SEVENTEEN. Perubahan pola perilaku penggemar akibat interaksi parasosial ini dapat mencakup peningkatan frekuensi penggunaan media sosial, perubahan preferensi konsumsi konten, dan bahkan perasaan keterikatan yang mendalam dengan idola (Gucci et al., 2024). Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi lebih lanjut bagaimana interaksi parasosial andi Weverse dan bagaimana fenomena ini mempengaruhi kehidupan mereka sehari-hari. Dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keterlibatan penggemar, penelitian ini dapat memberikan rekomendasi untuk pengelolaan komunitas fandom yang lebih sehat dan berkelanjutan.

Tinjauan terhadap penelitian terdahulu menunjukkan bahwa studi mengenai interaksi parasosial K-Pop telah banyak dilakukan, namun masih terbatas pada

platform seperti Twitter atau aspek umum dalam fandom. Dengan demikian, penelitian ini berupaya untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan pendekatan yang lebih holistik dan mendalam.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Bagaimana bentuk interaksi parasosial yang terjadi antara penggemar Boygroup *Seventeen* yang dikenal sebagai Carat dan idol K-Pop *Seventeen* melalui aplikasi fandom Weverse?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

### **1.3.1 Tujuan Teoritis**

1. Menjelaskan dan menganalisis bentuk interaksi parasosial antara penggemar Boygroup SEVENTEEN dan idol K-Pop melalui aplikasi fandom Weverse.
2. Menganalisis intensitas interaksi parasosial antara penggemar Boygroup SEVENTEEN dan idol K-Pop melalui aplikasi fandom Weverse.

### **1.3.2 Tujuan Praktis**

1. Memberikan rekomendasi kepada pihak manajemen Boygroup SEVENTEEN dan pengelola aplikasi fandom Weverse, mengenai cara meningkatkan interaksi parasosial dengan penggemar. Agar dapat memperkuat hubungan antara idol K-Pop dan penggemar serta meningkatkan loyalitas penggemar terhadap Boygroup SEVENTEEN.
2. Memberikan wawasan kepada industri hiburan mengenai pentingnya interaksi parasosial dalam membangun hubungan yang kuat antara idol K-Pop dan

penggemar. Sehingga, dapat meningkatkan efektivitas strategi pemasaran dan promosi dalam industri hiburan.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

##### **1.4.1. Manfaat Teoritis**

1. Memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai interaksi parasosial antara penggemar Boygroup SEVENTEEN dan idol K-Pop melalui aplikasi fandom Weverse.
2. Memberikan kontribusi dalam pengembangan teori mengenai interaksi parasosial dalam konteks industri hiburan, khususnya dalam industri K-Pop.
3. Penelitian ini juga dapat memberikan wawasan baru mengenai bagaimana interaksi parasosial dapat memengaruhi loyalitas penggemar terhadap idol K-Pop dan Boygroup SEVENTEEN secara keseluruhan.

##### **1.4.2. Manfaat Praktis**

1. Memberikan rekomendasi kepada industri perusahaan artis K-Pop dan pengelola aplikasi fandom Weverse mengenai cara meningkatkan interaksi parasosial dengan penggemar.
2. Memberikan wawasan kepada industri hiburan mengenai pentingnya interaksi parasosial dalam membangun hubungan yang kuat antara idol K-Pop dan penggemar, yang diharapkan dapat meningkatkan efektivitas strategi pemasaran dan promosi dalam industri hiburan secara keseluruhan.