

SURAT TUGAS

Nomor: 549-R/UNTAR/PENELITIAN/VIII/2026

Rektor Universitas Tarumanagara, dengan ini menugaskan kepada saudara:

MUHAMMAD ADI PRIBADI, Dr. S.E., M.IB., M. Com.

Untuk melaksanakan kegiatan penelitian/publikasi ilmiah dengan data sebagai berikut:

Judul	:	Interaksi Parasosial Penggemar Indonesia terhadap Boygroup Korea Selatan
Nama Media	:	KONEKSI
Penerbit	:	Universitas Tarumanagara
Volume/Tahun	:	Vol. 10/No. 1/ Maret 2026/
URL Repository	:	https://journal.untar.ac.id/index.php/koneksi/article/view/36493

Demikian Surat Tugas ini dibuat, untuk dilaksanakan dengan sebaik-baiknya dan melaporkan hasil penugasan tersebut kepada Rektor Universitas Tarumanagara

10 Agustus 2026

Rektor



Prof. Dr. Amad Sudiro, S.H., M.H., M.Kn., M.M.

Print Security : fbc0e3e9a6409e8a4d3cf9ca09a80bbe

Disclaimer: Surat ini dicetak dari Sistem Layanan Informasi Terpadu Universitas Tarumanagara dan dinyatakan sah secara hukum.

OFFICE
Jl. Letjen S. Parman No 1, Jakarta Barat 11440

PHONE
+62 21-5671 747 (Hunting)
+62 21-5695 8723 (Admission)

EMAIL
humas@untar.ac.id

WEBSITE
untar.ac.id


Untar Jakarta



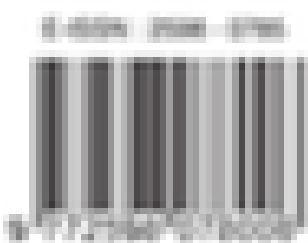
VOL. 10 NO. 01 TH. 2026

E-ISSN : 2598 - 0785

KONEKSI

VOL. 10 | NO. 01

KONEKSI



Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara Jln. S. Parman No. 1 Lantai 11 Gedung Utama Jakarta Barat: 11440
Phone: 021 - 5671747 (hunting)
Fax: 021 - 56958736

FOKUS DAN RUANG LINGKUP

Koneksi merupakan jurnal hasil karya tulis dari mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara. Jurnal ini menjadi forum publikasi bagi hasil karya mahasiswa. Artikel yang diterbitkan masih jauh dari sempurna dan terbuka untuk saran serta kritik yang membangun.

Koneksi menerbitkan artikel hasil karya mahasiswa di bidang ilmu komunikasi, terutama di bidang periklanan, *marketing communication*, *public relations*, jurnalistik, media, teknologi komunikasi, simbol, komunikasi antarbudaya, komunikasi bisnis, dan lain-lain. Koneksi diterbitkan oleh Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara.

TIM PENYUNTING

Ketua Penyunting

- Dr. Wulan Purnama Sari, S.I.Kom., M.Si

Dewan Penyunting

- Dr. Riris Loisa, M.Si.
- Dr. Sinta Paramita, S.I.P., M.A.
- Dr. Tria Patrianti, S.Sos., M.I.Kom.
- Sekartaji Anisa Putri, M.Si.
- Sofia Primalisanti Devi, S.I.Kom., M.Si.

Penyunting Pelaksana

- Nigar Pandrianto, S.Sos., M.Si.
- Sisca Aulia, S.I.Kom., M.Si.
- Septia Winduwati, S.Sos., M.Si.

Penyunting Tata Letak

- Lydia Irena, S.I.Kom., M.Si.

Asisten Mahasiswa Pengelola Jurnal

- Shevina Vimalananda
- Manda Aulia Az Zahra
- Vanesa
- Delin Aliana Zahrani

Sekretariat Administrasi

- Purwanti, S.E.
- Ady Sulistyio

Alamat Redaksi:

Jl. S. Parman No.1 Gedung Utama Lantai 11. Jakarta Barat 11440

Telepon: 021-56960586, Fax : 021-56960584

Email: koneksi@untar.ac.id

Website: <http://journal.untar.ac.id/index.php/koneksi>

DAFTAR ISI

Peran <i>Love Language</i> dalam Komunikasi Keluarga Generasi Z untuk Membangun <i>Self-Disclosure</i> Alannys Zefanya Kambey, Riris Loisa.....	1-11
Resepsi Khalayak terhadap Narasi Pemberitaan Medali ‘ <i>Giveaway</i> ’ di Metro TV Regina Florentina, Doddy Salman.....	12-21
TikTok sebagai Media dalam Membentuk Opini Publik melalui Film Netflix <i>Ice Cold</i> Michel Adriana, Sinta Paramita.....	22-29
Strategi Tim AMB Diskominfo DKJ dalam Mengidentifikasi Isu Pemberitaan di Media Sylvia Herman, Moehammad Gafar Yoedtadi.....	30-39
Pembentukan Identitas Diri Penonton Remaja melalui Drama Korea <i>Love Next Door</i> Tiara Priscilia, Lusia Savitri Setyo Utami.....	40-49
Persepsi Generasi Z terhadap Dinasti Politik dalam Pemberitaan Media Massa Wina Febriani, Farid Rusdi.....	50-59
DAAI TV Memanfaatkan Aplikasi DAAI+ Guna Menjangkau Pemirsa yang Lebih Luas Wynne Chrestella Ho, Moehammad Gafar Yoedtadi.....	60-67
Komunikasi Interpersonal Pengguna Aplikasi Kencan Bumble Zefanya Aurell Nathalie, Ahmad Junaidi.....	68-76
Representasi <i>Toxic Masculinity</i> Pada Film <i>Monster</i> (Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure) Raihan Zahran Wicaksono, Septia Winduwati.....	77-86
Pesan Moral dalam Visual Peringatan Darurat: Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce Rahmat Hidayat, Moehammad Gafar Yoedtadi.....	87-96
Membangun Kepuasan Kerja melalui Pola Komunikasi Organisasi (Studi Kasus PT. Gorontalo Minerals) Mohammad Hamdallah Ruchban, Moehammad Gafar Yoedtadi.....	97-105
Pola Komunikasi Pengguna Media Sosial dalam Perilaku <i>People Pleasing</i> terhadap Ekspektasi Sosial Apriyani Anggraeni, Riris Loisa, Lydia Irena.....	106-115
Dinamika Komunikasi Internasional Anak Pasca Perselingkuhan Orang Tua Artika Naila Vania, Wulan Purnama Sari.....	116-124

Analisis Komunikasi Non-Verbal di Line (Studi Kasus Hubungan Jarak Jauh pada Mahasiswa Fikom Untar) Aura Diva Maria Br Simanjorang, Sisca Aulia.....	125-133
Konstruksi Sosial <i>Healthy Lifestyle</i> dalam Budaya <i>Fitness</i> Gen Z di Lingkungan Perguruan Tinggi Calvin Adiputra Djaja, Diah Ayu Candraningrum.....	134-145
Interaksi Parasosial Penggemar Indonesia terhadap <i>Boygroun</i> Korea Selatan Imelda Aimar Fitrah, Muhammad Adi Pribadi.....	146-155
Analisis Semiotika Representasi Pesan Moral dalam Film <i>Thunderbolts</i> Jason Cipto Prajnanda, Yugih Setyanto.....	156-165
Pemanfaatan <i>Second Account</i> Instagram sebagai Sarana Ekspresi <i>True Self</i> Pada Generasi Z Vincent Lianindra, Gregorius Genep Sukendro.....	166-173
Paparan Drama Tiongkok terhadap Pandangan Realitas Budaya Tiongkok pada Penonton di Indonesia Jennifer Grace, Riris Loisa.....	174-182
Makna Prasangka sebagai 'Monster' dalam Film <i>Monster</i> (2023) Agdelia Meliana, Doddy Salman.....	183-195
Semiotika Saussure dan Narasi Feminisme Liberal dalam Lagu "The Man" oleh Taylor Swift Alexandra Carolina, Septia Winduwati.....	196-205
Representasi Feminisme Postmodern pada Tokoh <i>Tewkesbury</i> dalam Film <i>Enola Holmes</i> (2020) Belinda Purwanto Jahja, Sinta Paramita.....	206-215
Relasi Interpersonal dan <i>Trust Building</i> dalam Dinamika Hubungan pada Generasi Z di Aplikasi Bumble Chintya Chrestella, Lusya Savitri Setyo Utami.....	216-228
Komunikasi Interpersonal dalam Perspektif Teori Negosiasi Wajah: Studi pada Rumah Tangga Pasangan Muda Christin Kurniawati Ruki, Wulan Purnama Sari.....	229-243
Parentifikasi dan Pola Komunikasi dalam Keluarga: Pengalaman Fenomenologis Anak Sulung Cinta Nassapramita, Farid Rusdi.....	244-253
Makna Otonomi Ekonomi Perempuan dalam Lagu <i>Miss Independent</i> : Analisis Semiotika Roland Barthes Fellycia Muaya, Diah Ayu Candraningrum.....	254-262

Representasi Anak Sulung sebagai Pilar Keluarga di Film Bila Esok Ibu Tiada Gabriella Shalisha Pratikna, Lusia Savitri Setyo Utami.....	263-275
Krisis Kepercayaan pada Fenomena Kabur Aja Dulu Studi Resepsi Gen Z dalam Perspektif Komunikasi Krisis Joe Franco, Doddy Salman.....	276-284
Komodifikasi dalam Ekonomi Politik Media: Studi Kasus pada Instagram Sabrina Chairunnisa Aldi Hardianto, Indah Sari Pratidina.....	285-293
Analisis Perilaku Parasosial Penggemar Marvel melalui Konten di TikTok Michelle Aurellia Kwok, Farid Rusdi.....	294- 301

Interaksi Parasosial Penggemar Indonesia terhadap *Boygrou* Korea Selatan

Imelda Aimar Fitrah¹, Muhammad Adi Pribadi^{2*}

¹Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta
Email: imelda.915220254@stu.untar.ac.id

²Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta*
Email: adip@fikom.untar.ac.id

Masuk tanggal : 11-01-2025, revisi tanggal : 05-02-2025, diterima untuk diterbitkan tanggal : 15-03-2025

Abstract

Parasocial relationships have become increasingly prominent in the social media era, especially among K-Pop fans in Indonesia. This study explores how parasocial interactions between Indonesian fans and NCT Dream are formed and experienced through digital activities on Twitter (X). A qualitative phenomenological approach was used to examine the experiences of seven active fans and regular Twitter users. Data were collected via in-depth interviews and digital documentation, then analyzed using Miles and Huberman's model through data reduction, display, and conclusion drawing. Findings reveal that parasocial interactions develop across three dimensions. The knowledge dimension arises from repeated exposure to digital content, fostering familiarity with NCT Dream members. The affective dimension reflects emotional attachment, including comfort, enthusiasm, and loss when idols are inactive. The behavioral dimension appears in fandom participation through trending topics, voting, streaming, and donations. The study concludes that Twitter (X) creates an ecosystem that enhances parasocial closeness through information exposure, real-time presence, and coordinated fan activities, highlighting multidimensional psychological and social dynamics in digital fandom

Keywords: *k-pop fandom, nct dream, parasocial interaction, social media, Twitter (x)*

Abstrak

Hubungan parasosial semakin menonjol di era media sosial, terutama di kalangan penggemar K-Pop di Indonesia. Penelitian ini mengeksplorasi bagaimana interaksi parasosial antara penggemar Indonesia dan NCT Dream terbentuk dan dialami melalui aktivitas digital di X. Pendekatan kualitatif fenomenologis digunakan untuk menelaah pengalaman tujuh penggemar aktif dan pengguna rutin X. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dan dokumentasi digital, kemudian dianalisis menggunakan model Miles dan Huberman melalui tahap reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa interaksi parasosial berkembang melalui tiga dimensi. Dimensi pengetahuan muncul dari paparan berulang terhadap konten digital, menumbuhkan rasa familiar dengan anggota NCT Dream. Dimensi afektif tercermin dari keterikatan emosional, termasuk kenyamanan, antusiasme, dan rasa kehilangan ketika idol tidak aktif. Dimensi perilaku terlihat dalam partisipasi fandom melalui topik trending, voting, streaming, dan donasi. Penelitian menyimpulkan bahwa X menciptakan ekosistem yang memperkuat kedekatan parasosial melalui paparan informasi, kehadiran secara real-time, dan koordinasi aktivitas penggemar, menyoroti dinamika psikologis dan sosial multidimensional dalam fandom digital

Kata Kunci: *fandom k-pop, hubungan parasosial, media sosial, nct dream, Twitter (x)*

1. Pendahuluan

Perkembangan globalisasi budaya pada era digital telah mempercepat penyebaran *Korean Wave* atau Hallyu ke berbagai negara, termasuk Indonesia. Fenomena ini tidak hanya menghadirkan produk hiburan seperti musik, drama, dan gaya hidup, tetapi juga membentuk pola konsumsi media serta identitas kultural generasi muda. Di Indonesia, K-Pop menjadi salah satu bentuk budaya populer yang memiliki pengaruh signifikan terhadap remaja dan dewasa muda, baik dalam aspek gaya hidup, preferensi musik, hingga cara membangun relasi sosial (Valenciana & Pudjibudojo, 2022; Wicaksono et al., 2021). Salah satu *boy grup* yang memiliki basis penggemar besar dan aktif di Indonesia adalah NCT Dream, sub-unit dari grup NCT yang berada di bawah naungan SM Entertainment.

NCT Dream dikenal dengan citra yang ceria, hangat, serta narasi pertumbuhan yang kuat sejak debut mereka sebagai remaja hingga memasuki usia dewasa. Narasi tersebut menciptakan kedekatan simbolik antara idol dan penggemar, karena penggemar merasa tumbuh bersama idola mereka (Aprina et al., 2024). Citra anggota yang ceria, hangat, serta narasi pertumbuhan yang melekat dalam perjalanan karier mereka memberikan ruang bagi penggemar untuk membangun hubungan emosional yang intens (Jeanette & Paramita, 2018). Di luar konsumsi musik, hubungan ini berkembang melalui interaksi yang berlangsung secara digital, khususnya melalui X, *platform* yang menjadi medium dominan bagi NCTzen Indonesia dalam mengikuti aktivitas idol secara *real-time* (Cindy & Rienadhy, 2022; Wardani & Kusuma, 2021).

X memungkinkan penggemar mengakses unggahan anggota NCT Dream, potongan siaran langsung, foto dari fansite, terjemahan bubble, hingga thread panjang dari *fanbase* seperti @NCTDREAMIna (Savitri, 2025). Konsumsi konten semacam ini menciptakan ilusi kedekatan antara penggemar dan idola, sebuah fenomena yang oleh Horton dan Wohl (1956) disebut sebagai interaksi parasosial (Amanda, 2022; Sari & Purwanti, 2022). Hubungan parasosial adalah hubungan satu arah di mana audiens merasa akrab, dekat, atau memiliki ikatan personal dengan figur media meskipun tidak ada komunikasi dua arah yang sebenarnya.

Dalam konteks NCT Dream, interaksi parasosial bukan hanya bersifat individual tetapi juga sosial karena diwadahi oleh aktivitas komunitas fandom, baik dalam bentuk *trending*, *voting*, proyek donasi, maupun kolaborasi antar-fansbase (Maudiana et al., 2023; Pramesti & Rahmawati, 2025). Aktivitas ini memperkuat identitas kolektif, membangun rasa kebersamaan, dan menciptakan pengalaman emosional yang dirasakan nyata oleh penggemar (Ghufron et al., 2024; Habibie, 2018).

Melihat dinamika tersebut, penelitian ini bertujuan memahami bagaimana interaksi parasosial terbentuk, dimaknai, dan diwujudkan oleh penggemar Indonesia melalui X. Pendekatan fenomenologi dipilih untuk menggali pengalaman subjektif penggemar secara mendalam (Creswell & Creswel, 2018). Penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam telaah komunikasi digital dan budaya populer, serta memperkaya pemahaman mengenai cara ruang virtual menghasilkan hubungan emosional pada masyarakat di era media sosial (Nufus et al., 2025).

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi, sebagaimana dijelaskan (Creswell & Creswel, 2018), yang berfokus pada pengalaman sadar individu terhadap suatu fenomena. Metode ini memungkinkan

peneliti melihat bagaimana penggemar menafsirkan kedekatan dengan idola melalui aktivitas digital (Sindy, 2025). Informan dipilih melalui teknik *purposive sampling* dan terdiri dari tujuh penggemar aktif NCT Dream yang berada di wilayah Jabodetabek. Seluruh informan merupakan pengguna rutin X, mengikuti aktivitas NCT Dream setiap hari, dan telah menjadi bagian dari fandom minimal satu tahun (Wardani & Kusuma, 2021). Pemilihan informan mempertimbangkan intensitas penggunaan X, keterlibatan dalam kegiatan komunitas fandom, serta kemampuan informan mengartikulasikan pengalaman parasosial secara reflektif (Aprina et al., 2024).

Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam menggunakan *platform* WhatsApp, DM X dan Zoom Meeting. Wawancara bersifat semi terstruktur agar informan dapat mengungkapkan pengalaman secara bebas namun tetap sesuai dengan fokus penelitian (Juniar & Nugrahawati, 2021). Selain wawancara, dokumentasi digital dikumpulkan dari arsip unggahan *fanbase*, tangkapan layar aktivitas *trending*, *thread* Twitter, serta dokumentasi lain yang relevan (Savitri, 2025). Dokumentasi ini menjadi pendukung dalam memahami konteks interaksi penggemar, terutama ketika menggambarkan pola konsumsi konten dan keterlibatan dalam komunitas fandom

Analisis data dilakukan secara bertahap menggunakan model Miles dan Huberman, melalui proses reduksi data, penyajian data tematik, dan penarikan kesimpulan (Kustiawan et al., 2022). Dalam analisis fenomenologis, peneliti menerapkan prinsip *horizontalization*, yaitu memperlakukan semua pernyataan informan sebagai data yang memiliki nilai setara sebelum dipilah menjadi tema-tema utama. Keabsahan data diuji melalui triangulasi sumber dan triangulasi teknik seperti yang dianjurkan Sugiyono (2019) Triangulasi memastikan bahwa temuan bukan hanya berasal dari persepsi individual tetapi juga diperkuat oleh data lain yang konsisten (Romadhoni, 2018; Tambunan, 2018).

3. Hasil Temuan dan Diskusi

Hasil analisis fenomenologis terhadap tujuh informan yang merupakan penggemar aktif NCT Dream di X menunjukkan variasi pengalaman yang dipengaruhi oleh latar belakang demografis masing-masing. Deskripsi lengkap mengenai karakteristik informan disajikan dalam Tabel 1. Karakteristik Informan Penelitian, yang memuat informasi usia, jenis kelamin, lama menjadi penggemar, serta intensitas penggunaan X. Data tersebut menjadi landasan penting dalam memahami konstruksi pengalaman parasosial yang berkembang dalam keseharian para informan. Temuan penelitian kemudian diklasifikasikan ke dalam tiga dimensi utama interaksi parasosial, yakni dimensi pengetahuan, dimensi perasaan, dan dimensi tindakan (Amanda, 2022; Wardani & Kusuma, 2021). Setiap dimensi dianalisis berdasarkan pengalaman subjektif informan ketika berinteraksi, menafsirkan, dan merespons konten mengenai NCT Dream di platform X.

Tabel 1. Data Informan

No.	Nama Informan	Umur	Domisili	Pekerjaan/Status
1.	Dian Putri	21	Jakarta Timur	Mahasiswi
2.	Jejev	21	Tangerang	Mahasiswi
3.	Keysa Saniya	18	Karawang	Mahasiswi
4.	Lauraine	20	Jakarta Barat	Mahasiswi
5.	Bella	24	Tangerang	Mahasiswi & Bekerja

6.	Abiyu	19	Jakarta Selatan	Mahasiswa & Pekerja <i>Event</i>
7.	Juan Bintang	21	Jakarta Timur	Mahasiswa & Guru Tari

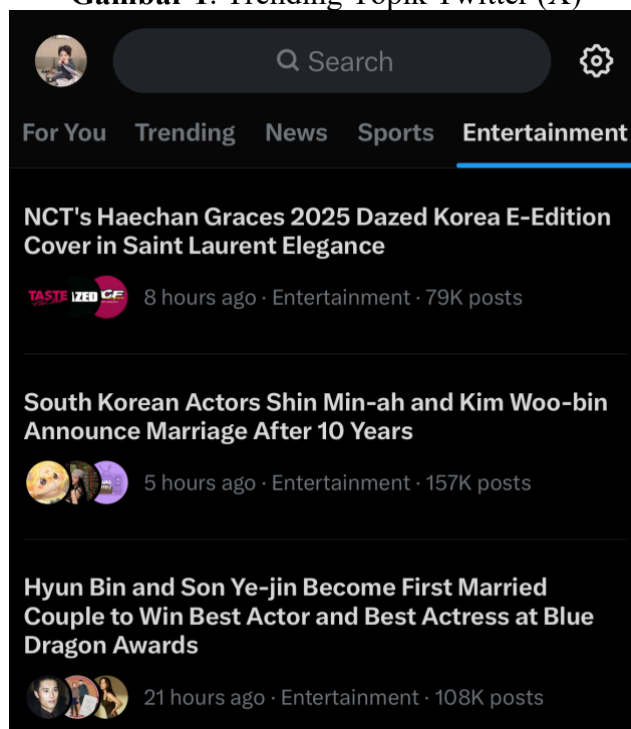
Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2025

Dimensi Pengetahuan: Pembentukan Familiaritas melalui Paparan Berulang

Dimensi pengetahuan menggambarkan bagaimana penggemar membangun persepsi mengenai kepribadian dan aktivitas anggota NCT Dream melalui paparan konten di X (Cindy & Rienadhy, 2022; Jeanette & Paramita, 2018). Informan menyebut bahwa informasi mereka diperoleh dari unggahan akun resmi, *fansite*, dan terutama *fanbase* Indonesia yang aktif melakukan kurasi dan terjemahan konten.

Sebagian besar pemaknaan kognitif ini terbentuk melalui aktivitas konsumsi berulang terhadap gambar, video, pesan *bubble* yang diterjemahkan, serta *thread* panjang yang membahas perilaku dan dinamika para anggota. Melalui paparan intens inilah penggemar merasakan seolah-olah memahami karakter dari informan 1 kutipan wawancaranya, “seperti Mark yang dikenal stabil, Renjun yang emosional dan artistik, atau Haechan yang ceria dan vokal, meskipun tidak pernah berinteraksi langsung”.

Gambar 1. Trending Topik Twitter (X)



Sumber: Feed Topik “Entertainment” di Aplikasi X

Fenomena ini tampak pada pola penggunaan X yang sangat aktif dalam fandom. Konten-konten mengenai aktivitas idol sering muncul di linimasa penggemar berkat struktur algoritmik dan retweet massal (Valenciana & Pudjibudojo, 2022). Selain itu, fenomena *trending topic* yang sering diikuti penggemar memperkuat aliran informasi yang dikonsumsi. Pola ini terlihat dalam Gambar 1. Trending Topik X menunjukkan bagaimana penggemar secara kolektif menciptakan ritme paparan konten yang memungkinkan proses familiaritas berlangsung secara intensif.

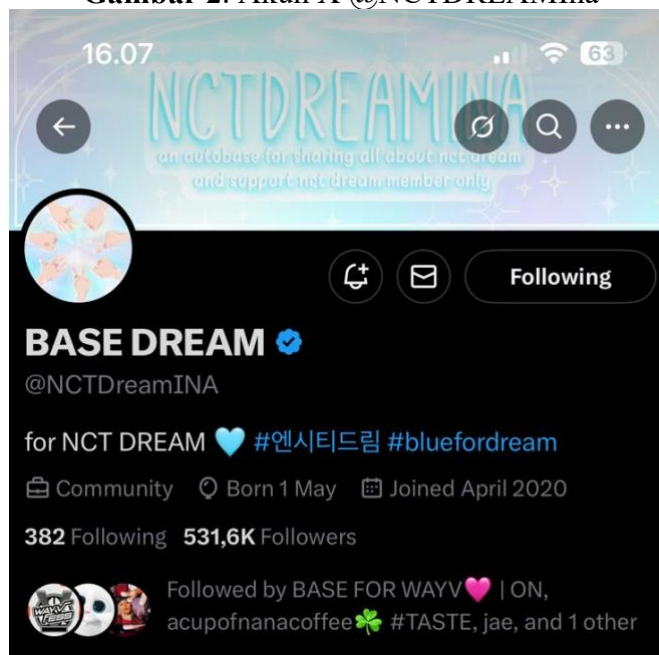
Dimensi Perasaan: Keterikatan Emosional yang Menginternal

Dimensi perasaan memperlihatkan kedekatan emosional yang terbentuk seiring meningkatnya intensitas paparan. Informan menyatakan bahwa unggahan anggota NCT Dream, baik berupa foto sederhana maupun pesan pendek, memberikan rasa nyaman, semangat, dan ketenangan. Sebaliknya, ketika idol tidak melakukan pembaruan, beberapa informan mengaku merasakan kekosongan seperti kehilangan kontak dengan teman dekat (Aprina et al., 2024).

Pengalaman emosional ini diperkuat oleh adanya *fanbase* @NCTDREAMIna, yang menyediakan aliran informasi cepat, terjemahan akurat, dan konteks mengenai aktivitas idol. Dalam Gambar 2. Akun X @NCTDREAMIna terlihat bahwa akun ini berfungsi sebagai pusat informasi utama bagi penggemar Indonesia. *Fanbase* ini memastikan penggemar selalu mendapatkan pembaruan sehingga keterikatan emosional tetap terpelihara.

Kehadiran konten yang konsisten menciptakan apa yang disebut Horton & Wohl (1956) sebagai *illusion of intimacy*, yaitu persepsi bahwa figur media hadir secara personal dalam kehidupan penggemar. X memperkuat kondisi ini karena sifat *platform* yang memungkinkan pembaruan *real-time*. Penggemar dapat melihat foto, transkrip *bubble*, atau potongan video yang dibagikan pada waktu yang hampir bersamaan dengan publikasi aslinya. Pola paparan ini membentuk hubungan emosional yang stabil dan mendalam bagi sebagian besar informan.

Gambar 2. Akun X @NCTDREAMIna



Sumber: Profil Akun X BASE DREAM

Dimensi Tindakan: Perwujudan Ikatan melalui Aktivitas Fandom

Dimensi tindakan menunjukkan bagaimana keterikatan kognitif dan afektif tersebut diwujudkan dalam bentuk aktivitas nyata di X. Informan terlibat dalam berbagai kegiatan seperti *trending* hashtag, *voting* penghargaan, partisipasi dalam proyek donasi, hingga mengikuti tata cara *streaming* yang diatur oleh *fanbase* (Pramesti & Rahmawati, 2025; Wardani & Kusuma, 2021).

Proses koordinasi ini diperjelas melalui kegiatan terstruktur di *fanbase*, sebagaimana tergambar dalam Gambar 3. Pola Penggunaan Media Sosial oleh @NCTDREAMIna Gambar tersebut memperlihatkan bagaimana *fanbase* mengorganisasi jadwal unggahan, *thread* penjelasan, panduan *voting*, dan aktivitas promosi secara sistematis (Ghufron et al., 2024). Bagi penggemar, pola terstruktur ini memudahkan partisipasi kolektif dan memperkuat rasa memiliki terhadap komunitas.

Gambar 3. Pola Penggunaan Media Sosial



Sumber: Postingan Akun @acciobloom

Informan juga mengungkapkan bahwa tindakan tersebut dilakukan bukan semata-mata untuk meningkatkan popularitas idol, tetapi sebagai bentuk dedikasi dan penghargaan atas ikatan emosional yang mereka rasakan.

Diskusi dan Pembahasan

Horton dan Wohl menjelaskan bahwa hubungan parasosial terbentuk melalui proses observasi berulang yang memunculkan *illusion of a face-to-face relationship*, dan temuan penelitian ini secara kuat mendukung kerangka tersebut. Paparan konten NCT Dream yang konstan di X, baik melalui unggahan resmi, *fansite*, maupun *fanbase* seperti @NCTDREAMIna, membentuk familiaritas mendalam pada diri informan, terlihat dari kemampuan mereka mengenali *mood*, pola ekspresi, atau gaya bahasa idol hanya dari konten digital (Aprina et al., 2024; Wardani & Kusuma, 2021). Proses observasi ini bahkan lebih intens dibanding era media tradisional karena arus informasi pada media sosial berlangsung *real-time*, interaktif, dan dapat dikurasi (Cindy & Rienadhy, 2022; Nufus et al., 2025).

Dalam konteks ini, hubungan parasosial tidak hanya dibangun dari konten yang disuguhkan idol, tetapi juga melalui kontribusi *fanbase* dan interaksi antarpenggemar yang memperkuat persepsi kehadiran idol (Pramesti & Rahmawati, 2025; Savitri, 2025). Temuan tersebut memperluas konsep Horton dan Wohl tentang parasosial di era digital, yang tidak lagi sekadar *one-sided intimacy*, tetapi berkembang menjadi *networked intimacy* yang dimungkinkan oleh dinamika komunitas (Amanda, 2022; Maudiana et al., 2023).

Selanjutnya, temuan penelitian berkaitan erat dengan konsep *emotional companionship* yang dikemukakan Sari, yaitu kondisi ketika figur media menyediakan kenyamanan emosional layaknya teman dekat. Penggemar NCT Dream merasakan ketenangan setelah membaca unggahan idol, mengalami peningkatan semangat ketika idol aktif, dan merasakan kecemasan atau kekosongan ketika idol jarang muncul (Jeanette & Paramita, 2018; Sindy, 2025). Keintiman emosional ini semakin dipertajam oleh sifat X yang memungkinkan kehadiran digital secara konstan melalui notifikasi unggahan, sehingga menciptakan pengalaman *always-on companionship* yang tidak mungkin terjadi pada masa media tradisional. Intensitas keterhubungan ini menjadikan ikatan emosional dalam hubungan parasosial semakin stabil dan mendalam (Aprina et al., 2024; Wardani & Kusuma, 2021).

Temuan tersebut juga selaras dengan argumen bahwa hubungan parasosial mampu mendorong tindakan nyata, baik yang bersifat konsumtif seperti pembelian album dan *merchandise*, maupun prososial seperti partisipasi dalam donasi dan proyek kampanye (Juniar & Nugrahawati, 2021; Pramesti & Rahmawati, 2025). Informan memutuskan untuk berpartisipasi dalam *trending*, *voting*, atau dukungan kolektif bukan semata-mata karena hobi, tetapi sebagai bentuk komitmen dan pengabdian emosional terhadap idol. X memperkuat dinamika ini melalui visibilitas aktivitas kolektif ketika *trending* meningkat atau kampanye berlangsung, penggemar merasakan identitas sebagai bagian dari gerakan besar (Cindy & Rienadhy, 2022; Ghufroon et al., 2024).

Fenomena ini menunjukkan bahwa parasosial dapat menjadi pemicu *collective action* yang terorganisasi. Keterlibatan penggemar tersebut diperkuat oleh karakteristik X sebagai ruang sosial tempat berlangsungnya negosiasi makna. Selaras dengan penelitian Wardani, Hidayatulloh, dan Aprina, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa X tidak hanya berfungsi sebagai medium untuk mengakses konten, tetapi juga sebagai arena produksi naratif di mana penggemar menafsirkan perilaku idol, memvalidasi pemaknaan satu sama lain, menciptakan narasi bersama, serta membangun *shared emotional experience*. Dengan demikian, hubungan parasosial dalam fandom NCT Dream bukan lagi relasi individual, tetapi relasi sosial yang dibangun melalui *discursive practices* dalam komunitas digital.

Peran *fanbase* memperkuat pemahaman tersebut. *Fanbase* adalah aktor penting dalam mengatur alur komunikasi fandom, dan temuan ini mengonfirmasi hal tersebut. Dalam Gambar 2 dan Gambar 3, terlihat bahwa @NCTDREAMIna menjalankan peran strategis sebagai distributor informasi melalui pembaruan jadwal, terjemahan konten, dan penyebaran *live update* sekaligus sebagai koordinator aksi kolektif yang mengatur panduan *voting*, *trending*, dan kampanye. Dengan demikian, hubungan parasosial tidak muncul secara spontan, melainkan dikonstruksi melalui sistem sosial yang dibentuk *fanbase*, yang mengatur keseragaman informasi dan memfasilitasi solidaritas tindakan (Aprina et al., 2024; Savitri, 2025).

Jika dalam konsep klasik parasosial dipahami sebagai hubungan satu arah antara audiens dan figur media, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa relasi tersebut telah berevolusi menjadi relasi multiarah yang melibatkan penggemar, *fanbase*, algoritma, dan komunitas digital. Interaksi antarpenggemar, koordinasi dari *fanbase*, serta ritual *trending* dan *voting* menciptakan dinamika sosial yang memperluas relasi parasosial dari sekadar ikatan psikologis menjadi fenomena jaringan sosial. Ini menandai perkembangan teoretis penting yang menunjukkan perlunya memperbarui definisi parasosial agar sesuai dengan konteks *platform* digital modern.

Di sisi lain, mekanisme algoritmik X juga berperan dalam memperkuat kedekatan psikologis. Karena X menampilkan konten berdasarkan interaksi pengguna, semakin sering penggemar berinteraksi dengan konten NCT Dream, semakin besar peluang konten tersebut muncul kembali di linimasa mereka. Dengan demikian, algoritma menciptakan lingkaran paparan terus-menerus yang memperdalam hubungan parasosial. Algoritma bukan sekadar medium, tetapi aktor digital yang membentuk kedekatan melalui reproduksi konten yang berulang (Aprina et al., 2024; Wardani & Kusuma, 2021).

Peran *fanbase* dalam membingkai makna juga menjadi aspek signifikan. *Fanbase* tidak hanya menyediakan informasi, tetapi juga membentuk interpretasi kolektif dengan memberikan narasi tertentu pada perilaku idol, menyediakan standar pemaknaan bagi anggota fandom, dan berfungsi sebagai penerjemah emosional yang membantu penggemar memahami perasaan mereka sendiri. Posisi *fanbase* sebagai pembentuk makna menunjukkan bahwa hubungan parasosial tidak semata-mata fenomena psikologis, tetapi juga fenomena semiotik yang diproduksi, direproduksi, dan dinormalisasi dalam komunitas.

Akhirnya, fenomena *trending*, *voting*, *streaming*, hingga donasi membuktikan bahwa hubungan parasosial kini berfungsi sebagai ritual digital, bentuk ekspresi kolektif, dan mekanisme produksi identitas sosial. Dalam perspektif budaya, parasosial merupakan performativitas identitas fandom, bukan sekadar ikatan emosional antara individu dan figur media. Meskipun demikian, intensitas hubungan parasosial juga membawa potensi dependensi emosional, seperti rasa kehilangan ketika idol absen atau kurang aktif. Walaupun gejala ini muncul, penelitian ini tidak menemukan konsekuensi negatif ekstrem, kemungkinan karena adanya dukungan sosial kuat dari komunitas fandom yang menjaga stabilitas emosional penggemar (Maudiana et al., 2023; Sari & Purwanti, 2022).

4. Simpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa interaksi parasosial penggemar Indonesia terhadap NCT Dream terbentuk melalui kombinasi paparan informasi, keterlibatan emosional, dan partisipasi aktif dalam kegiatan fandom di X. Paparan intens konten digital membangun rasa mengenal idol; kedekatan emosional muncul dari pesan-pesan yang dianggap personal; dan keterikatan tersebut diwujudkan dalam tindakan seperti *trending*, *voting*, dan proyek donasi. X menjadi ruang komunikasi yang efektif dalam memperkuat pengalaman tersebut karena sifatnya yang cepat, interaktif, dan berbasis komunitas.

Hubungan parasosial bukan hanya menciptakan pengalaman emosional pada individu, tetapi juga melahirkan solidaritas sosial yang diwujudkan dalam berbagai aktivitas kolektif. Dengan demikian, hubungan parasosial di era digital merupakan fenomena multidimensional yang mencakup aspek psikologis, sosial, dan kultural dalam budaya fandom.

5. Ucapan Terima Kasih

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara, narasumber, dan seluruh pihak yang telah mendukung penelitian ini.

6. Daftar Pustaka

- Amanda, N. A. J. (2022). Analisis Fenomena Fandom K-Pop Dalam Kajian Hubungan Parasosial : Literatur Review. *JURNAL PSIMAWA*, 5(2), 86–90.
- Aprina, F. H., Ashaf, A. F., & Windah, A. (2024). Aktivisme Digital Fandom Kpop NCTzen Sebagai Wujud Positif Interaksi Parasosial (Studi pada Akun X @nctzenhumanity). *KOMUNIKOLOGI: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 8(1), 22–41.
- Cindy, A., & Rienadhy, D. (2022). Impression Management Komunitas Role player K-POP dalam Media Sosial Twitter. *TUTURLOGI: Journal of Southeast Asian Communication*, 3(2), 79–88.
- Creswell, J. W., & Creswel, J. D. (2018). Research Design. In *Writing Center Talk over Time*. <https://doi.org/10.4324/9780429469237-3>
- Ghufron, M. I., Supriyati, E., & Listyorini, T. (2024). Analisa Jejaring Sosial Terhadap Fenomena Cyberbullying Fandom K-Pop pada Sosial Media Twitter. *JISKA (Jurnal Informatika Sunan Kalijaga)*, 9(2), 79–93.
- Habibie, D. K. (2018). Dwi fungsi media massa. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 79–86.
- Jeanette, & Paramita, S. (2018). Makna Idola Dalam Pandangan Penggemar (Studi Komparasi Interaksi Parasosial Fanboy dan Fangirl ARMY Terhadap BTS). *Koneksi*, 2(2), 393–400.
- Juniar, Y., & Nugrahawati, E. N. (2021). Self Discrepancy pada Roleplayer K-Pop pada Komunitas Entertainment ‘ X ’ di Twitter. *Journal Psikologi*, 18–25.
- Kustiawan, W., Sri, A., Mz, M., Nabila, F., & Harani, K. (2022). Teori-Teori dalam Komunikasi Massa. *P a g e | 41 J*, 3(2), 41–45.
- Maudiana, N. S., Santi, D. E., & Ananta, A. (2023). Adiksi Media Sosial pada NCTzen : Apakah Peranan Interaksi Parasosial dan Fear of Missing Out ? *Jiwa: Jurnal Psikologi Indonesia*, 2.
- Nufus, H., Saleh, R., Adi, W., & Wibowo, S. (2025). The Digital Era and the Evolution of Media Paradigms : A Critical Review of the Adaptation of Old Media in New Media Ecosystems. *Society*, 13(1), 573–599. <https://doi.org/10.33019/society.v13i1.853>
- Pramesti, A. A., & Rahmawati, D. H. (2025). Interaksi Parasosial Antara Boygroup Seventeen dan Penggemar di Aplikasi Fandom Weverse. *JIIP (Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan)*, 8, 8158–8163.
- Romadhoni, B. A. (2018). Meredupnya Media Cetak , Dampak Kemajuan. *Jurnal An-Nida*, 10(1).
- Sari, P., & Purwanti, S. (2022). Efek Hubungan Parasosial Penggemar Korean Pop Di Media Sosial Twitter (Studi Deskriptif pada Fandom EXO-L Samarinda). *MEDIAKOM : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 05(02), 145–164.
- Savitri, S. (2025). Identifikasi Stan Twitter sebagai Komunitas Fandom yang Dibayangkan. *Komunikasiana Journal of Communication Studies*, 7(2020), 1–18.
- Sindy, E. N. (2025). Makna Interaksi Parasosial dengan Idola K-Pop dalam kehidupan Remaja : Studi Fenomenologi The Meaning of Parasocial Interaction with K-Pop Idols in Adolescents ’ Lives : A Phenomenological Study Abstrak. *Character : Jurnal Penelitian Psikologi*, 12(01), 500–507.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tambunan, N. (2018). Pengaruh Komunikasi Massa terhadap Khalayak The Effect of

- Mass Communication on the Audience. *SIMBOLIKA*, 4(1), 24–31.
- Valenciana, C., & Pudjibudojo, J. K. K. (2022). Jurnal Diversita. *Jurnal Diversita*, 8(2), 205–214.
- Wardani, E. P., & Kusuma, R. S. (2021). Interaksi Parasosial Penggemar K-Pop Di Media Sosial (Studi Kualitatif pada Fandom Army di Twitter) Parasocial Interaction of K-Pop Fans in Social Media (A Qualitative Study towards Army Fandom on Twitter). *Bricolage : Jurnal Magister Ilmu Komunika*, 7(2), 243–260.
- Wicaksono, M. A., W, A. P., Maryana, D., Ilmu, F., Politik, I., & Brawijaya, U. (2021). Pengaruh Fenomena Tren Korean Wave Dalam Perkembangan Fashion Style Di Indonesia. *JURNAL SOSIAL POLITIKA*, 2(2).