

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Fandom merupakan perkumpulan orang-orang yang mengagumi dan menyukai bintang tertentu, seperti selebriti, aktor dalam film atau program TV, dan *band*. Menurut Hills (2002), penggemar memiliki budaya atau biasa disebut budaya penggemar yang menggambarkan komunitas yang dibangun berdasarkan kenikmatan bersama atas suatu aspek budaya populer. Dalam konteks budaya penggemar, Strinati (2003) mengatakan bahwa penggemar dapat mencerminkan hubungan yang erat antara penggemar dan objek kegemaran mereka, yang dapat mencakup tokoh-tokoh, seri, atau genre tertentu. Penggemar juga mencakup konsep bahwa penggemar menjadi konsumen aktif dari produk-produk budaya dalam menciptakan konten baru, membagikan interpretasi mereka, dan memperkuat komunitas dengan minat yang sama. Hal ini dapat meliputi aktivitas seperti menulis *fan fiction*, membuat *fan art*, mengadakan acara konvensi penggemar, atau berpartisipasi dalam diskusi *online* tentang karya-karya yang mereka sukai. Teori ini juga memperhatikan bahwa konsumsi budaya seringkali melibatkan reaksi emosional dari individu, juga dapat mengembangkan ikatan emosional dengan karya budaya atau dengan komunitas yang berbagi minat yang sama.

Ikatan emosional yang kuat antara penggemar dan objek kegemaran mereka dapat meningkatkan tingkat keterlibatan dan komitmen dalam interaksi parasosial. Dalam konteks budaya penggemar, interaksi parasosial merujuk pada hubungan satu arah yang terbentuk antara penggemar dengan *public figure* mereka yang ada dalam media. Hubungan ini bersifat tidak simetris, dimana penggemar mengembangkan perasaan dan keterlibatan emosional yang kuat terhadap objek kegemaran mereka, sementara objek kegemaran tersebut tidak memiliki pengetahuan atau keterlibatan serupa terhadap penggemar.

Interaksi parasosial terbentuk melalui konsumsi media yang berulang dan representasi tokoh-tokoh media yang disajikan secara intens dan personal. Ideologi yang disampaikan melalui media, strategi pemasaran industri budaya, dan identifikasi penggemar dengan nilai-nilai atau karakteristik tertentu dari tokoh media semuanya berkontribusi pada pembentukan perilaku penggemar. Penggemar merasa memiliki hubungan pribadi dan emosional dengan tokoh yang mereka kagumi, meskipun hubungan ini sebenarnya satu arah. Hubungan parasosial ini dapat memengaruhi cara penggemar berpikir, merasa, dan bertindak dalam kehidupan sehari-hari (Storey, 2003).

Interaksi parasosial menurut Horton dan Wohl dalam (Rojek, 2016) adalah intimasi yang tercipta karena interaksi antara penggemar dan idola. Interaksi parasosial terjadi ketika penggemar bereaksi terhadap media dengan cara yang berbeda, seperti berbicara kembali di depan TV atau

buku, tertawa atau merasa cemas atau takut. Interaksi parasosial mirip dengan komunikasi tatap muka dalam konteks media, dimana idola tampak berbicara langsung kepada penggemar dan menyesuaikan perkataannya dengan respon penggemar. Penggemar bisa merasakan sesuatu yang dekat dan pribadi dan ambivalen, tapi pada nyatanya itu tidak benar (Rojek, 2016).

Dari adanya interaksi parasosial ini, penggemar dapat mengidentifikasi diri mereka dengan karakteristik atau nilai-nilai yang dimiliki oleh tokoh idola mereka. Misalnya, seorang penggemar mungkin mengadopsi gaya berpakaian, sikap, atau pandangan hidup dari selebriti yang mereka kagumi. Tokoh idola sering kali berfungsi sebagai model peran bagi penggemar, yang memengaruhi bagaimana mereka melihat diri mereka sendiri dan perkembangan psikologis mereka. Dalam proses ini, nilai-nilai budaya memainkan peran penting dalam menentukan atribut apa yang dianggap menginspirasi atau diinginkan. Hal ini membantu penggemar membentuk identitas pribadi mereka dalam konteks sosial dan budaya (Yusuf, 1991).

Dalam konteks budaya penggemar, interaksi parasosial dapat membawa beberapa dampak negatif yang perlu diperhatikan. Pertama-tama, terlalu terlibat dalam interaksi parasosial dapat menyebabkan penggemar mengalami disosialisasi dari dunia nyata. Penggemar mungkin menghabiskan waktu yang berlebihan untuk mengikuti kehidupan dan aktivitas idolanya secara virtual, mengorbankan waktu yang seharusnya dihabiskan untuk kegiatan sosial di kehidupan sehari-hari. Selain itu,

interaksi parasosial yang berlebihan dapat menyebabkan terbentuknya ekspektasi yang tidak realistis terhadap idola. Penggemar yang terlalu terpaku pada hubungan parasosial seringkali melihat idola mereka sebagai figur sempurna tanpa kekurangan, dan ini dapat mengakibatkan kekecewaan besar ketika kenyataan tidak sesuai dengan ekspektasi yang dibangun oleh interaksi parasosial (Yusuf, 1991).

Dampak negatif lainnya adalah potensi terjadinya konflik antar penggemar dalam komunitas budaya penggemar. Persaingan untuk mendapatkan perhatian dari idola atau untuk membuktikan dedikasi sebagai penggemar dapat menciptakan lingkungan yang kompetitif dan kadang-kadang *toxic* di antara penggemar. Hal ini bisa merugikan keberlangsungan dan keharmonisan dalam komunitas budaya penggemar.

Selain itu, interaksi parasosial yang tidak sehat dapat menyebabkan ketidakstabilan emosional pada penggemar. Terlibat secara emosional dengan idola dapat menyebabkan gangguan emosional, seperti kecemasan, depresi, atau stres yang berlebihan. Penggemar mungkin merasa tegang atau tertekan jika ada ketidakpastian dalam hubungan mereka dengan idola mereka, seperti ketika idola mereka mengalami kontroversi atau perubahan dalam karir mereka (Subandi, 2019).

Dalam konteks budaya penggemar, penting untuk menjaga keseimbangan antara interaksi parasosial dan kehidupan nyata. Kesadaran terhadap dampak negatif yang mungkin timbul dari keterlibatan yang berlebihan dapat membantu penggemar menjalani interaksi parasosial

secara sehat dan menjaga keharmonisan dalam komunitas budaya penggemar. Salah satu contoh interaksi parasosial dapat terlihat pada fenomena yang sedang terjadi kini di industri musik, terutama musik *Korean Pop*. Agensi musik *Kpop*, SM Entertainment menciptakan aplikasi LYSN yang memungkinkan penggemar untuk bergabung dengan komunitas resmi grup idola mereka. Aplikasi LYSN ini memiliki fitur untuk penggemar bisa berkomunikasi langsung dengan artis SM Entertainment, salah satunya *boy group* NCT (*Neo Culture Technology*) melalui obrolan pesan teks.

Adanya *platform* atau aplikasi khusus seperti LYSN ini, telah mengubah cara penggemar terlibat dengan idola dengan memberikan interaksi yang lebih langsung, lebih pribadi, dan lebih terlibat. *Platform* ini telah mengubah dinamika interaksi antara penggemar dan idola dengan akses langsung ke konten dan aktivitas idola. Penggemar dapat mengakses konten eksklusif, seperti foto, video, dan catatan dari kegiatan sehari-hari idola. Hal ini tentu saja menciptakan rasa keintiman antara idola dan penggemar, menghapus batasan geografis dan waktu.

Fenomena interaksi parasosial yang terjadi melalui aplikasi atau pun media lainnya sudah pernah diteliti sebelumnya. Contohnya, penelitian yang dilakukan Wardani & Kusuma (2021) mengenai interaksi parasosial antara *fandom* Army dengan *boy group* BTS di Twitter. Penelitian ini menggunakan teori bahwa interaksi parasosial terjadi saat penggemar terkena terpaan media yang memediasi idolanya. Penelitian ini lebih

berfokus pada respon apa yang diberikan penggemar terhadap interaksi parasosial yang diberikan idola. Hasil dari penelitian ini disebutkan bahwa lima orang Army yang menjadi narasumber dinyatakan memberi respon afektif terhadap idola mereka yang ada di media Twitter dalam proses interaksi parasosialnya. Respon afektif dalam konteks ini berarti memiliki perasaan yang mendalam terhadap apa yang dilakukan oleh idola, emosi penggemar dipengaruhi oleh segala tindakan yang dilakukan idola, dan ikut merasakan apa yang sedang dirasakan oleh idola.

Selanjutnya, penelitian serupa juga dilakukan oleh Tofani (2023) mengenai interaksi *fandom* Carat dengan *boygroup* Seventeen di Twitter. Penelitian ini berlandaskan pada teori *Computer Mediated Communication (CMC)*, yaitu teori mengenai komunikasi yang dilakukan antara dua orang atau lebih melalui perantara komputer yang berbeda. Dan dengan landasan teori tersebut, penelitian ini lebih berfokus pada dampak adanya interaksi komunikasi antara penggemar dan idola. Penelitian ini membahas bagaimana penggemar merasa lebih dekat dengan member Seventeen layaknya seorang sahabat, dan membuat mereka lebih terbuka untuk berbagi keseharian ataupun masalah pribadi mereka.

Penelitian berikut dilakukan oleh Sari et al. (2022) mengenai interaksi antara member EXO dengan *fandom* EXO-L di Twitter. Penelitian ini merujuk pada teori Giles mengenai bagaimana interaksi yang terus menerus terjadi bahkan ketika program atau orang yang dimediasi tidak ada. Kesimpulan dari penelitian ini, EXO-L merasakan *pseudo-friendship* yaitu

pertemanan semu yang muncul dalam hubungan parasosial, dimana mereka merasa mengenal EXO dengan baik layaknya mereka mengenal orang-orang terdekat mereka dengan adanya interaksi yang terbangun di media, tetapi EXO sendiri tidak mengetahui penggemar secara personal.

Juga dalam penelitian terdahulu oleh Dona Syafira, Dian Putri Permatasari (2016). Sedikit berbeda, penelitian ini menganalisis hubungan parasosial yang terjadi ketika penggemar menonton drama Korea. Penelitian ini merujuk pada teori Jin (2015) yaitu seseorang yang terlibat hubungan parasosial dengan karakter pada sebuah drama akan memiliki ekspektasi yang lebih tinggi pada hubungan romantis di dunia nyata. Dan hasil penelitiannya menunjukkan bahwa ketika seseorang sering menonton drama, ia dapat merasakan perasaan emosional dan terlibat hubungan parasosial dengan karakter kesukaannya dalam drama karena merasa memiliki kesamaan dengan lingkungan sosialnya dalam kehidupan nyata.

Kemudian ada penelitian oleh Sumirna et al. (2023). Penelitian ini juga meneliti interaksi parasosial antara *boy group* EXO dan penggemarnya EXO-L. Namun penelitian ini memiliki landasan teori yang sedikit berbeda, yaitu teori bahwa bentuk keterlibatan audiens baik secara sosial dan emosional dimana dalam prosesnya hubungan parasosial memberikan kepuasan tersendiri juga dapat memenuhi kebutuhan afiliasi pelakunya. Peneliti menyimpulkan bahwa ada rasa percaya yang membuat penggemar merasa idolanya mampu menghibur mereka, bahkan memberi pengaruh

perilaku yang bisa saja mengubah tindakan atau kebiasaan sang penggemar, serta ada motivasi tersendiri di kehidupan para penggemar.

Melalui beberapa penelitian di atas secara garis besar memiliki konsep yang sama terhadap interaksi parasosial dalam konteks budaya penggemar, yaitu teori keterlibatan penggemar atau *Fan Attachment Theory* yang dikemukakan oleh Hills (2002). Teori ini mencoba untuk memahami keterlibatan penggemar dalam budaya penggemar, mencakup pertukaran informasi, emosional, dan sosial di antara anggota komunitas. Dan juga bagaimana hubungan parasosial termediasi dengan adanya media sosial yang cukup umum dan prosedur penggunaannya dapat diakses semua orang.

Berdasarkan pemaparan di atas, maka peneliti mempertimbangkan untuk mengetahui lebih lanjut penelitian mengenai interaksi parasosial ini menggunakan metode penelitian etnografi virtual dengan objek penelitian *idol NCT (Neo Culture Technology)* dan penggemar di aplikasi LYSN. Berbeda dengan aplikasi lainnya, aplikasi LYSN memiliki fitur-fitur yang tersedia mulai 2021 hingga 2023 yang cukup menarik. Salah satunya yaitu akses terbatas, yang berarti LYSN dapat memberikan akses eksklusif kepada penggemar untuk berkomunikasi langsung dengan idola mereka. Ini bisa berupa pengumuman eksklusif, sesi tanya jawab, atau konten khusus lainnya yang tidak tersedia di *platform* lain. Komunikasi yang terjadi lebih personal karena penggemar memiliki *room chat* sendiri bersama idola. Fitur khusus pun dirancang untuk mendukung interaksi antara penggemar dan

idola, seperti penjadwalan siaran langsung yang dikirim langsung oleh idola.

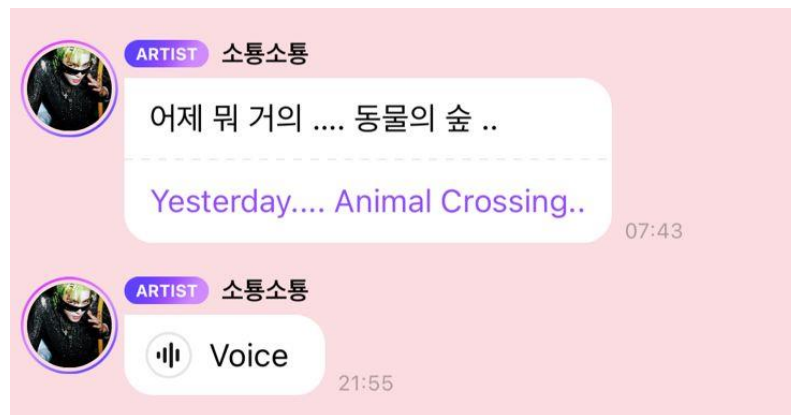
Adapun penggemar juga dapat melihat kegiatan dan aktivitas terbaru dari idola mereka secara lebih terperinci, termasuk jadwal, foto, dan video yang tidak tersedia di tempat lain dan dikirimkan langsung oleh idola. Pesan-pesan atau konten yang dikirimkan oleh penggemar biasanya mendapatkan perhatian lebih dari idola, dan ini bisa membuat penggemar merasa lebih dekat dan terlibat secara emosional dengan idolanya. Beberapa agensi pun menyediakan konten eksklusif atau materi khusus yang hanya dapat diakses melalui *platform* ini dan tidak bisa disebarluaskan secara meluas di *platform* manapun. Hal ini menciptakan intensif tambahan bagi penggemar untuk bergabung dan berinteraksi di *platform* tersebut.



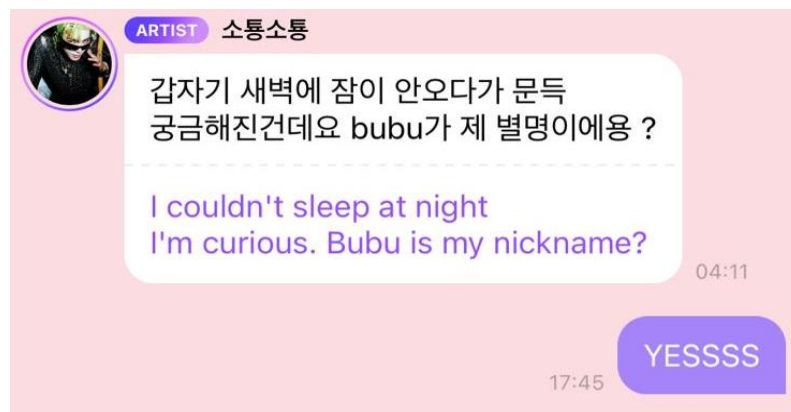
Gambar 1.1 Taeyong NCT Mengirim Pesan ke Penggemar bahwa Ia Akan Pergi Bekerja.



Gambar 1.2 Taeyong NCT Mengirimkan Pesan bahwa Ia Sedang Shooting.



Gambar 1.3 Taeyong NCT Mengirimkan Voice Note untuk Penggemar



Gambar 1.4 Taeyong NCT Bertanya kepada Penggemar Mengenai

Nicknamanya

Aplikasi ini pun memberikan kontrol lebih besar kepada agensi dan idola dalam hal privasi dan keamanan. Mereka dapat mengelola akses, memoderasi konten, dan memastikan bahwa interaksi tetap positif dan aman. Hal ini dapat membuat idola mungkin merasa lebih nyaman berbagi pikiran, cerita, atau pengalaman pribadi di aplikasi LYSN, karena mereka tahu bahwa pesan-pesan ini akan diakses oleh penggemar yang terlibat dan berkomitmen. Hal menarik lainnya dari aplikasi LYSN ini, adalah penggemar bisa mendapatkan informasi terbaru tentang kegiatan dan proyek terbaru dari idola dengan cepat dan langsung dari sumbernya. *Spoiler-spoiler* mengenai aktivitas terbaru atau terdekat idola akan secara cuma-cuma didapatkan di dalam aplikasi ini. Hal tersebut tentunya membuat penggemar yang berlangganan merasa lebih dekat dan intim dengan idolanya.

Aplikasi LYSN termasuk media sosial yang memfasilitasi interaksi parasosial dengan cara yang lebih langsung dan intens. Aktivitas ini memberikan penggemar kesempatan untuk merasa lebih dekat dengan idola mereka dan membangun hubungan yang lebih pribadi. Dalam proses ini, penggemar menciptakan identitas mereka sebagai bagian dari komunitas penggemar yang didasarkan pada interaksi parasosial dengan idola mereka. Melalui interaksi ini identitas penggemar berkembang dan terbentuk, dengan penggemar mengekspresikan diri mereka sendiri melalui afiliasi

dengan idola mereka dan komunitas penggemar yang terkait (Nasrullah, 2015).

Berkaca dari teori yang dikemukakan Burton (2012), bahwa interaksi parasosial dapat memainkan peran penting dalam membentuk perilaku penggemar dengan memengaruhi konsumsi media mereka, identitas, dan representasi diri, serta keterlibatan mereka dalam komunitas penggemar. Hubungan yang kuat antara penggemar dan tokoh idola dapat mendorong penggemar untuk menunjukkan dukungan yang kuat dan berkomitmen terhadap konten media yang mereka nikmati. Maka peneliti ingin mengetahui lebih lanjut bagaimana interaksi parasosial yang terjadi di aplikasi LYSN antara idola NCT dan penggemarnya membentuk identitas penggemar. Dan juga teori Jenkins (1992) mendukung teori di atas bahwa identitas penggemar dapat memengaruhi preferensi dan perilaku individu terkait dengan hal yang mereka sukai serta melibatkan keterikatan emosional yang kuat terhadap idola mereka. Dalam hal ini Jenkins berpendapat bahwa konstruksi identitas penggemar dapat memperkuat emosi positif terkait dengan idola atau grup musik yang didukung penggemar, namun di sisi lain identitas penggemar yang kuat juga dapat berdampak pada kesehatan mental penggemar. Rasa keterlibatan dan rasa memiliki yang kuat terhadap idola dapat membawa kebahagiaan dan kepuasan, tetapi juga dapat menyebabkan stress atau tekanan jika ada konflik atau ketidaksesuaian dengan pandangan atau keputusan idola.

Dalam teorinya Thwaites (2009) juga menambahkan bahwa media sosial juga dapat memengaruhi tingkat identitas diri penggemar dengan memberikan platform untuk berinteraksi, berbagi, dan memperkuat identitas mereka sebagai penggemar. Penggemar dapat menggunakan media sosial untuk mengekspresikan cinta dan dedikasi mereka terhadap objek kegemaran mereka, yang mana akan memperkuat identitas penggemar mereka. Dengan penelitian ini peneliti ingin melihat dan memahami sejauh mana suatu aplikasi khusus seperti LYSN ini memengaruhi dan membentuk identitas penggemar, serta bagaimana identitas ini memengaruhi preferensi dan perilaku penggemar dengan judul penelitian, “Interaksi Parasosial di Aplikasi LYSN (Studi Etnografi *Virtual Fandom* antara Idola NCT (*Neo Culture Technology*) dan penggemar).”

B. Rumusan Masalah

Dalam konteks interaksi parasosial antara idola dan penggemar di aplikasi LYSN, terdapat pertanyaan yang perlu dijawab untuk memahami dinamika hubungan tersebut secara lebih mendalam. Rumusan penelitian ini adalah:

- 1) Bagaimana interaksi parasosial yang terjadi di aplikasi LYSN antara idol NCT dan penggemarnya berkontribusi dalam membentuk identitas penggemar?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi interaksi parasosial idol NCT dan penggemarnya di aplikasi LYSN. Hal ini

mencakup jenis konten atau kegiatan yang paling sering dilakukan dalam interaksi tersebut. Kemudian dari hal tersebut, maka penelitian ini akan mengungkapkan makna interaksi tersebut bagi penggemar dengan memahami bagaimana interaksi parasosial memengaruhi penggemar secara emosional dan menentukan apakah interaksi ini memengaruhi identitas penggemar atau persepsi diri mereka berdasarkan jenis konten atau interaksi parasosial yang terjadi di aplikasi LYSN.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Pada manfaat teoritis, harapannya hasil pada penelitian ini bisa menjadi suatu bahan referensi atau masukan penelitian karya ilmiah selanjutnya untuk dijadikan referensi bagi mahasiswa dalam pengembangan wawasan serta penulisan dalam bidang Ilmu Komunikasi terutama tentang bagaimana interaksi parasosial dalam konteks digital, memperkaya literatur tentang hubungan parasosial dan komunikasi termediasi. Selain itu dengan menggunakan etnografi virtual sebagai pendekatan penelitian, studi ini dapat menambah metode inovatif yang dapat digunakan oleh peneliti lain untuk mengeksplorasi interaksi online dan komunitas digital. Serta dapat memperluas cara memahami dinamika komunikasi digital.

2. Manfaat Praktis

Harapan pada penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana interaksi parasosial terjadi antara idola NCT dan penggemar di aplikasi LYSN, hal ini mencakup dinamika, pola, dan strategi komunikasi. Penelitian ini juga dapat memberikan wawasan berharga bagi para praktisi dalam industri hiburan, terutama dalam merancang strategi interaksi dengan penggemar di *platform* yang serupa.

E. Kerangka Teori

1. Budaya Penggemar

a. Ritual dan Tradisi Penggemar

Menurut Jenkins (1992), ritual dan tradisi penggemar merupakan kerangka analisis yang menggambarkan cara dimana penggemar berinteraksi dengan karya budaya yang mereka gemari. Jenkins juga menganggap bahwa penggemar terlibat praktik-praktik yang memiliki struktur dan makna yang mirip dengan ritual keagamaan. Penggemar terlibat dalam proses negosiasi makna, dimana mereka maknai dan menginterpretasikan karya budaya sesuai dengan perspektif dan pengalaman pribadi mereka. Hal ini dapat menghasilkan berbagai interpretasi yang berbeda-beda dari satu karya.

Penggemar juga dapat menghasilkan kegiatan yang mencerminkan ekspresi kreatif individu. Penggemar menggunakan

karya budaya sebagai inspirasi untuk mengembangkan keterampilan kreatif mereka sendiri. Dalam hal ini, media sering menjadi pusat dari berbagai aktivitas ritual yang dilakukan oleh penggemar. Seperti contohnya, menonton episode baru dari serial TV pada waktu yang sama setiap minggu atau mengikuti konser *live streaming* dari grup musik kesukaan. Aktivitas ini menjadi bagian dari rutinitas dan kehidupan sehari-hari penggemar, menciptakan struktur waktu dan makna yang konsisten (Lawrence, 1998).

Selain itu, penggemar mungkin merasa terhubung secara emosional dengan karya atau tokoh tertentu karena mereka merasa terinspirasi, terhibur, atau terpukau oleh cerita atau karakter dalam karya tersebut. Identifikasi emosional ini bisa memperkuat perasaan kedekatan dengan budaya penggemar. Penggemar juga seringkali menggunakan minat mereka terhadap suatu karya atau tokoh sebagai cara untuk mengekspresikan identitas dan preferensi mereka (Raga, 2000).

Dalam konteks penelitian kali ini, pengguna aplikasi LYSN yang merupakan penggemar idola NCT aktif dalam berbagai kegiatan, termasuk berbagi konten terkait grup tersebut, berinteraksi dengan anggota lain dari komunitas penggemar, dan mengikuti pembaruan terkait kegiatan idola.

b. Teori Keterlibatan Penggemar (*Fan Attachment Theory*)

Teori ini mengkaji bagaimana penggemar merespons, merekonstruksi, dan memproduksi makna dari karya yang mereka nikmati. Penggemar merespons karya dengan memberikan interpretasi unik yang bisa berbeda dari niat asli penciptanya. Mereka merekonstruksi makna, menciptakan naratif alternatif, dan melihat aspek-aspek dalam karya yang mungkin tidak diperhatikan oleh orang lain (Jenkins, 1992).

Dalam konteks budaya penggemar, media memainkan peran kunci dalam menciptakan platform bagi penggemar untuk terlibat secara aktif. Keterlibatan penggemar tidak hanya terbatas pada konsumsi pasif tetapi juga mencakup produksi konten, partisipasi dalam komunitas, dan keterlibatan dalam ritual yang memperkuat identitas penggemar dan rasa memiliki terhadap komunitas penggemar. Media sosial dan platform digital memfasilitasi keterlibatan ini, memungkinkan penggemar untuk berbagi kreativitas mereka dan membangun komunitas yang kuat dan dinamis (Lubis, 2015).

Interaksi di LYSN dapat memengaruhi cara penggemar merespon, merekonstruksi, dan memproduksi makna dari karya idola. Penggemar dapat mengajukan pertanyaan atau memberikan komentar kepada idola mereka. Tanggapan idola terhadap pertanyaan atau komentar ini dapat membantu penggemar

memahami pandangan dan pikiran idola, sehingga memengaruhi cara penggemar memahami dan mengartikan karya. Dengan mendapatkan informasi tambahan dari idola, penggemar dapat memperdalam pemahaman mereka tentang konten karya, latar belakang lagu, konsep video, dan pesan yang ingin disampaikan oleh idola.

Teori keterlibatan penggemar ini juga mencakup pada keterlibatan emosional penggemar. Hills berpendapat bahwa penggemar dapat memungkinkan memiliki ketertarikan emosional terhadap karya atau karakter tertentu. Penggemar membangun dan mempertahankan ikatan emosional dengan elemen-elemen dari budaya populer dan bagaimana hal ini memengaruhi identitas dan interaksi mereka dalam komunitas penggemar (Hills, 2002).

Keterlibatan emosional dengan karya budaya dapat memengaruhi cara individu memahami diri mereka sendiri. Identitas penggemar sering terkait erat dengan ketertarikan emosional terhadap karya tertentu, dan hal ini dapat menjadi bagian penting dari identitas mereka. Keterlibatan emosional dapat menyebabkan penggemar merasakan kehilangan atau kesedihan ketika karya atau karakter yang mereka sukai mengalami perubahan atau berakhir (Hills, 2002).

Dalam konteks aplikasi LYSN dan interaksi antara idola NCT dan penggemar, teori keterlibatan emosional dapat berperan

penting. Aplikasi LYSN adalah *platform* komunikasi khusus untuk penggemar dan artis *Kpop*. Berdasarkan hal tersebut, penggemar memiliki kesempatan untuk berinteraksi dengan anggota dari grup musik NCT secara langsung atau melalui konten eksklusif yang dibagikan oleh grup tersebut. Penggemar NCT dapat mengembangkan ikatan emosional yang kuat dengan idola mereka melalui pesan, foto, atau video yang dikirimkan oleh idola mereka. Tanggapan atau interaksi balik dari anggota NCT juga dapat memperkuat ikatan emosional antara idola dan penggemar. Ketika anggota NCT merespon atau memberikan perhatian kepada penggemar, hal ini dapat meningkatkan rasa keterlibatan dan kepercayaan diri penggemar.

2. Interaksi Parasosial

a. Teori Interaksi Parasosial Termoderisasi (Parasocial Interaction Theory with Moderators)

Dalam konsep yang diperkenalkan Horton dan Wohl pada tahun 1956, mereka mendeskripsikan interaksi parasosial sebagai hubungan satu arah dimana penggemar merasa seperti mereka memiliki hubungan pribadi dengan tokoh-tokoh media, seperti selebriti atau karakter fiksi, meskipun sebenarnya mereka tidak mengenal langsung tokoh tersebut.

Interaksi parasosial adalah semacam ilusi kedekatan yang diciptakan oleh media, dimana penonton merasa terhubung dengan tokoh-tokoh media tanpa adanya interaksi timbal balik yang nyata. Dalam konteks ini, penonton sering merasa akrab dan terlibat emosional dengan tokoh-tokoh tersebut, seolah-olah mereka adalah teman dekat atau anggota keluarga. Padahal hubungan ini hanya terjadi dalam pikiran penonton, bukan dalam kehidupan nyata (Rojek, 2016).

Menurut Horton dan Wohl di dalam (Rojek, 2016) singkatnya, interaksi parasosial ini akan membawa penggemar dan objek kegemarannya ke hubungan parasosial yang mengubah keseimbangan ikatan emosional yang dimiliki penggemar. Konsep dari interaksi parasosial yang termoderisasi ini mengemukakan bahwa pengaruh dan interaksi antara penggemar dan tokoh publik dapat dimoderasi atau dipengaruhi oleh faktor-faktor tertentu. Dengan demikian, tidak semua orang akan mengalami interaksi parasosial dengan cara yang sama, karena ada faktor-faktor yang memoderasi pengalaman tersebut (Rojek, 2016).

Interaksi parasosial dapat memberikan dukungan emosional dan perasaan kebersamaan bagi penggemar, terutama bagi mereka yang merasa kesepian atau kurang memiliki hubungan sosial yang memadai. Penggemar mungkin mengalami peningkatan kesejahteraan emosional dan kepuasan hidup melalui hubungan

parasosial mereka dengan idola mereka. Meskipun interaksi parasosial dapat berdampak positif, ada juga risiko potensial seperti ketergantungan emosional yang berlebihan atau kekecewaan ketika idola mereka tidak memenuhi ekspektasi penggemar (Dayakisni, 2004).

Dalam konteks penelitian interaksi parasosial di aplikasi LYSN antara idol NCT dan penggemar ini, teori interaksi parasosial yang termoderasi ini dapat melibatkan beberapa aspek moderasi dalam hubungan antara idol NCT dan penggemar. Aspek yang pertama ada moderator penggemar atau kepribadian, tingkat identifikasi diri dengan idola atau tingkat keterlibatan emosional penggemar. Yang kedua moderator media, menyoroti peran media atau *platform* komunikasi yang dalam penelitian ini adalah aplikasi LYSN. Fitur-fitur khusus dalam media ini dapat memengaruhi jenis dan intensitas interaksi antara idol NCT dan penggemar. Yang ketiga moderator konten, bagaimana karakteristik konten parasosial memoderasi hubungan antara idol NCT dan penggemar. Misalnya, konten yang lebih pribadi atau konten yang memfasilitasi interaksi langsung dapat memiliki pengaruh yang berbeda.

b. Teori Identitas Penggemar dalam Interaksi Parasosial

Menurut Jenkins (1992), teori identitas penggemar dalam konteks budaya penggemar mengacu pada cara dimana penggemar

mengidentifikasi diri mereka sendiri dalam hubungannya dengan karya budaya tertentu, seperti film, acara TV, musik, atau grup idola seperti NCT di dalam penelitian ini. Penggemar yang mengalami identifikasi dengan selebriti mungkin merasa bahwa karakteristik atau nilai-nilai yang dimiliki oleh selebriti tersebut relevan atau penting dalam kehidupan mereka sendiri. Penggemar yang menggunakan aplikasi LYSN ini sebagai sarana untuk mengekspresikan diri mereka, baik melalui tulisan, gambar, atau media lainnya, dapat mengkonstruksikan identitas mereka sebagai penggemar melalui interaksi yang terjadi antara idol NCT dan penggemar.

Dalam hal ini idol NCT juga mengambil peran sebagai simbol dari penggemar dengan bagaimana idola dilihat atau diartikan oleh penggemar. Penggemar mungkin mengembangkan identifikasi emosional dengan anggota grup karena mereka merasa terhubung secara pribadi atau emosional dengan mereka melalui konten media sosial, konser, Aplikasi seperti LYSN memungkinkan penggemar untuk memperkuat identifikasi penggemar dengan *idol* NCT karena penggemar dapat mengakses konten eksklusif dan memperoleh wawasan lebih mendalam tentang kehidupan mereka di luar panggung.

Penggemar yang mengidentifikasikan diri mereka dengan *idol* NCT dan menganggap *idol* NCT tersebut sebagai model atau

panutan, dapat bersifat sementara ataupun permanen. Penggemar dapat menciptakan hubungan imajinatif dengan tokoh atau karakter media, meskipun ini hanya bersifat satu arah namun mereka dapat membayangkan interaksi atau komunikasi dengan tokoh tersebut. Meskipun begitu, penggemar dapat mempertahankan dan memperdalam hubungan ini melalui interaksi terus-menerus atau konsumsi konten media yang terkait (Horton dan Wohl, 1956) dalam (Rojek, 2016).

Mereka dapat merasa bahwa anggota NCT merupakan bagian dari hidup mereka, meskipun interaksi tersebut melalui *platform* media sosial yaitu aplikasi LYSN. dan juga dengan adanya interaksi ini memungkinkan penggemar untuk merasa bahwa anggota NCT memengaruhi hidup mereka atau membuat mereka bahagia.

3. Media Sosial dan Pembentukan Identitas Digital

a. Media Sosial

Penggunaan media sosial dan interaksi *online* memiliki peran yang signifikan dalam membentuk komunitas dan hubungan virtual di era digital. Media sosial memberikan *platform* bagi individu untuk terhubung, berbagi informasi, berdiskusi, dan menjalin hubungan dengan orang-orang yang memiliki minat, tujuan, atau pandangan serupa, meskipun secara fisik terpisah (Bacon, 2012).

Media sosial memungkinkan individu untuk terhubung dengan orang-orang baru yang berada di berbagai belahan dunia. Melalui *platform* seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan LinkedIn, seseorang dapat menghubungi orang yang memiliki minat yang sama, mencari rekan kerja, atau bahkan mencari mentor. Media sosial memungkinkan individu untuk berpartisipasi dalam kelompok atau komunitas *online* yang memiliki minat atau hobi yang sama, dan berdiskusi tentang topik tertentu, berbagi informasi, berpendapat, dan memperoleh pandangan yang beragam. Pun media sosial dapat menjadi tempat bagi individu untuk mencari dukungan emosional atau berbagi pengalaman yang serupa dengan orang lain yang mengalami hal yang sama. Komunitas ini bisa sangat membantu dalam memberikan dukungan, saran, atau sekedar mendengarkan (Bacon, 2012).

Melalui media, penggemar bisa menonton, mendengarkan, atau membaca konten berulang kali, yang memperkuat keterikatan emosional dengan karakter, cerita, atau tema tertentu. Penggemar dapat menemukan karakter atau cerita dalam media yang mencerminkan pengalaman atau nilai-nilai pribadi mereka yang dapat menciptakan ikatan emosional yang kuat karena mereka merasa “terwakili” dalam media tersebut (John, 2010).

Media sosial dan aplikasi khusus seperti LYSN memainkan peran penting dalam memfasilitasi interaksi antara penggemar dan

idola dalam industri hiburan. Penggunaan media sosial dan aplikasi semacam ini memiliki dampak signifikan terhadap dinamika komunikasi antara penggemar dan idola, serta memengaruhi cara komunitas penggemar terbentuk dan berinteraksi. Dampak ini bisa berdampak positif maupun negatif, tergantung pada bagaimana interaksi tersebut dijalankan.

b. Identitas Digital

Jenkins (2006) berpendapat bahwa teknologi telah mengubah cara orang-orang mengonsumsi media, batasan antara berbagai jenis media mulai terhapus. Identitas digital seseorang tidak lagi terbatas pada satu media tertentu, tetapi terbentuk melalui interaksi kompleks antara berbagai *platform* dan konten digital. Contohnya seseorang bisa memiliki identitas yang terbentuk dari aktivitas di media sosial, *blog*, video, dan *platform* lainnya. Identitas digital ini memiliki kesempatan terbentuk dari adanya kultur partisipatif aktif dari individu dalam produksi, distribusi, dan konsumsi konten digital.

Melalui kultur partisipatif ini, individu memiliki kesempatan untuk membentuk identitas digital mereka sendiri melalui kontribusi aktif dalam ekosistem media digital. Identitas tidak lagi hanya ditentukan oleh apa yang dikonsumsi, tetapi juga oleh apa yang dihasilkan dan dibagikan. Jenkins juga menekankan bahwa

identitas digital ini tidak statis, melainkan merupakan hasil dari proses negosiasi yang terus-menerus. Individu dapat memilih bagian dari identitas mereka yang ingin mereka tampilkan di ruang digital, serta cara mereka ingin berpartisipasi dalam budaya digital. Selain itu, individu dapat memiliki lebih dari satu identitas digital yang berbeda di berbagai *platform* atau konteks digital yang berbeda, tergantung pada tujuan dan keinginan mereka. Hal ini dipengaruhi oleh konvergensi media, partisipasi aktif, negosiasi, dan kemampuan untuk memiliki identitas yang beragam (Jenkins, 2006).

Nasrullah (2014) juga mengemukakan teori bahwa komunikasi personal dengan idola dapat memberikan rasa pemberdayaan dan keterhubungan kepada penggemar sehingga mereka merasa diakui oleh idola dan dapat meningkatkan rasa percaya diri dan memperkuat identitas digital mereka. Idola sering menjadi *role model* yang memengaruhi perilaku dan nilai-nilai penggemar. Komunikasi personal dapat memperkuat pengaruh ini, membuat penggemar lebih cenderung meniru perilaku dan pandangan idola.

Teori pembentukan identitas digital dalam konteks interaksi parasosial antara idola NCT dan penggemar di aplikasi LYSN mengacu pada bagaimana interaksi antara anggota NCT dan penggemar mereka di platform LYSN dapat membentuk identitas digital penggemar dan memengaruhi cara mereka memandang diri

mereka sendiri dan relasi dengan kelompok tersebut. Identitas digital disini mengacu pada cara individu memandang dan mempresentasikan diri mereka secara *online*. Seperti *avatar*, nama pengguna, aktivitas *online*, dan cara penggemar berinteraksi dengan komunitas *online* tersebut. Selain itu, penggemar dapat mereplikasi elemen-elemen identitas anggota NCT, seperti gaya, preferensi, dan nilai-nilai. Hal ini dapat menciptakan rasa afiliasi yang lebih kuat dengan komunitas dan menegaskan identitas digital penggemar.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode etnografi *virtual*. Etnografi virtual itu sendiri adalah bentuk spesifik dari penelitian etnografi yang dirancang khusus untuk mengungkapkan pola unik dari berbagai jenis interaksi sosial yang terjadi melalui media komputer atau internet. Etnografi virtual memfokuskan pada observasi dan analisis perilaku, interaksi, dan komunikasi yang terjadi dalam ruang digital, seperti *forum online*, media sosial, *blog*, dan *platform* komunitas virtual. Peneliti dalam etnografi virtual terlibat secara aktif dalam komunitas *online* yang diteliti. Mereka bisa menjadi anggota, mengamati, berpartisipasi dalam diskusi, atau bahkan mengintervensi dalam aktivitas *online* Kozinets (2012) dalam (Nasrullah, 2017).

Dengan sederhana, para peneliti etnografi virtual mengikuti langkah-langkah berikut, memasuki arena budaya, mengumpulkan dan menganalisis data dari entitas, memastikan interpretasi data sesuai dengan fakta lapangan, memperhatikan etika riset, memberi peluang pada entitas atau anggota komunitas yang diteliti untuk memberikan umpan balik, dan mengakhiri keterlibatan dengan komunitas setelah penelitian selesai (Akturan, 2009) dalam (Nasrullah, 2017).

Para peneliti atau etnografer harus memiliki pengalaman mendalam tentang situasi lapangan atau tempat penelitian mereka. Di dalam lingkungan internet, dimana teknologi selalu aktif dan interaksi terjadi secara terus-menerus, kehadiran fisik seorang etnografer tidak dapat disamakan dengan penelitian etnografi yang dilakukan secara *offline*. Lokasi di internet juga memiliki karakteristik khusus dengan prosedur dan hirarki yang berbeda, bahkan akses ke tempat tersebut dapat dilakukan melalui perangkat keras (*hardware*) maupun perangkat lunak (*software*) (Nasrullah, 2017).

2. Teknik Pengumpulan Data

Terdapat beberapa metode pengumpulan data yang dapat digunakan dalam penelitian etnografi virtual. Beberapa metode pengumpulan data yang akan peneliti lakukan sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi atau pengamatan adalah tahap awal yang penting bagi etnografer dalam melakukan penelitian. Disamping lokasi penelitian etnografi virtual yang terletak di internet, pengamatan juga menjadi instrumen utama untuk memeriksa bagaimana proses, interaksi, komunikasi, informasi individu, dan bahkan artefak budaya yang muncul dan ada di dalam komunitas virtual tersebut (Nasrullah, 2017). Pada penelitian ini, etnografer bergabung dan terlibat secara aktif di dalam komunitas penggemar *idol* NCT di aplikasi LYSN. Melakukan observasi langsung terhadap interaksi antara penggemar dan *idol* NCT.

b. Wawancara Mendalam

Dalam pengumpulan data pada etnografi *virtual*, meskipun kegiatan dilakukan di dunia maya, tidak berarti etnografer atau peneliti selalu tidak akan bertemu langsung dengan informan. Jika memungkinkan dan sesuai dengan pertimbangan tertentu, etnografer dapat mengadakan pertemuan langsung dengan informan untuk melakukan wawancara. Dengan kata lain, prinsip *online-offline* dapat diterapkan dalam proses pengumpulan data dari informan (Nasrullah, 2017).

Sebelum peneliti mengumpulkan data dengan melakukan wawancara mendalam, peneliti perlu menyeleksi informan. Seleksi

informan menjadi krusial ketika peneliti menemukan fakta-fakta yang penting dalam arena budaya yang diamati secara *online*. Terkait asumsi terhadap informan tersebut, maka peneliti perlu berhati-hati dalam mempertimbangkan tingkat keterlibatan dan kesadaran anggota komunitas terhadap tindakan mereka. Tidak semua anggota komunitas menyadari atau memahami alasan dibalik perilaku atau kebiasaan mereka. Oleh karena itu, lamanya informan menjadi anggota suatu komunitas juga menjadi pertimbangan penting, karena semakin lama mereka terlibat, semakin banyak informasi yang dapat mereka berikan (Nasrullah, 2017).

Peneliti mengambil lima orang informan dari komunitas LYSN ini yang dirasa cukup untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan. Peneliti juga mengumpulkan informan dan data pendukung lainnya untuk mendukung penelitian ini. Kriteria informan dalam penelitian ini, yaitu:

- 1) Penggemar grup musik NCT lebih dari 1 tahun.
- 2) Penggemar dengan durasi waktu langganan LYSN lebih dari 1 tahun.

c. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah salah satu teknik pengumpulan data yang digunakan dalam metodologi peneliti sosial untuk menelusuri data historis. Adapun data yang akan dikumpulkan adalah berasal

dari kegiatan penggemar di aplikasi LYSN termasuk konten yang dihasilkan penggemar NCT. Termasuk postingan, komentar, gambar, dan lainnya di LYSN. Hal ini dapat memberikan wawasan tentang bagaimana identitas parasosial dibangun dan diekspresikan.

3. Metode Analisis Data

Menurut Nasrullah (2017), etnografi virtual merupakan pendekatan baru dalam melihat budaya dalam dunia virtual, sehingga bisa dan bahkan bertolak belakang dengan etnografi klasik. Oleh karena itu, Nasrullah menawarkan sebuah metode dalam menguraikan budaya dan artefak budaya di internet. Metode Analisis Media Siber (AMS) yaitu menggabungkan dan memandu langkah-langkah dalam menganalisis etnografi virtual. Setiap tingkatan dalam AMS memberikan pandangan mendalam tentang komunitas virtual di dunia maya.

Secara prinsip, dalam menganalisis budaya di internet, AMS memerlukan identifikasi unit analisis pada dua tingkatan, baik mikro maupun makro. Di tingkat mikro, peneliti mengulas detail teknis seperti perangkat internet dan tautan yang tersedia, serta hal-hal yang dapat diakses secara publik. Sementara di tingkat makro, peneliti melihat konteks dan faktor-faktor yang memengaruhi munculnya teks bersangkutan, termasuk penyebab dan tujuan dari teks tersebut. Dalam praktiknya, tingkatan mikro-makro terbagi menjadi empat kategori,

yaitu ruang media (*media space*), dokumen media (*media archive*), objek media (*media object*), dan pengalaman (*experimental stories*) (Nasrullah, 2017).

a. Ruang Media (*Media Space*)

Dalam tingkatan ini, memungkinkan peneliti untuk mengungkap bagaimana struktur yang ada dalam *platform* atau tempat budaya berinteraksi dan komunitas saling berhubungan. Dalam konteks penelitian ini, maka langkah-langkah untuk membuat akun di aplikasi LYSN, strategi yang digunakan oleh idola untuk membagikan konten, dan elemen-elemen *visual* dari antarmuka percakapan antara *idol* NCT dan penggemar, semuanya menjadi komponen penting yang harus dijelaskan dalam penelitian ini. Intinya, peneliti akan menjelaskan dari perspektif teknologi bagaimana *platform* internet tersebut berfungsi dan menetapkan aturan-aturan yang berlaku.

b. Dokumen Media (*Media Archive*)

Tingkat dokumen media ini berfungsi untuk memeriksa cara dimana konten sebagai suatu teks dan signifikansi yang terdapat di dalamnya dihasilkan dan disebarakan melalui internet. Tingkatan ini memberikan jawaban terhadap apa yang menjadi hasil dari budaya dalam konteks penelitian etnografi virtual. Proses penggunaan teks (*encoding*) menjadi aspek yang sangat penting untuk dianalisis

(*decoding*) pada tingkat ini. Di tingkatan ini, peneliti dapat menggali artefak budaya dan melihat bagaimana entitas tersebut dihasilkan sebagai bagian dari interaksi di dalam komunitas virtual (Nasrullah, 2017).

c. Objek media (*Media Object*)

Objek media menjadi fokus utama karena peneliti dapat memeriksa bagaimana pengguna atau antar pengguna berinteraksi dan beraktivitas, baik di tingkat mikro maupun makro. Pada tingkat ini, data penelitian dapat diperoleh dari teks yang terdapat dalam media siber maupun konteks yang mengelilingi teks tersebut. Pada tingkat ini, peneliti mengadopsi metode pengumpulan data yang mirip dengan praktik etnografi komunikasi, dimana peneliti terlibat dalam riset lapangan, melakukan observasi, mengajukan pertanyaan kepada subjek, ikut serta dalam aktivitas komunitas, dan atau menguji persepsi yang ada (Nasrullah, 2017).

d. Pengalaman (*Experimental Stories*)

Pada tingkatan ini mencerminkan secara keseluruhan gambaran tentang bagaimana masyarakat atau anggota komunitas berinteraksi di dunia nyata, di luar ruang maya. Hal ini menunjukkan bahwa apa yang terjadi dalam dunia daring memiliki kaitan erat dengan realita. Pada tingkat ini, peneliti mengungkapkan kebenaran di balik teks-teks yang diunggah atau dibuat, serta memahami motif atau dampak

yang terkandung di dalamnya. Selain itu, peneliti juga menjembatani keterkaitan antara pengalaman di dunia maya dengan kejadian yang terjadi di dunia nyata (Nasrullah, 2017).

4. Triangulasi Data

Triangulasi data dilakukan untuk memastikan keandalan dan validitas penelitian dengan membandingkan dan memverifikasi informasi dari berbagai sumber. Dengan melakukan triangulasi data, peneliti dapat memperkuat argumen dan interpretasi dalam penelitian etnografi virtual. Triangulasi data dalam penelitian etnografi virtual melibatkan penggunaan berbagai sumber data dan metode pengumpulan informasi untuk memverifikasi dan memvalidasi penelitian.

Sumber data dapat mencakup observasi langsung di aplikasi LYSN, wawancara dengan penggemar NCT, dan analisis konten dari *postingan* member NCT di dalam aplikasi LYSN. Data yang dikumpulkan dapat berupa data selama periode waktu yang berbeda untuk melihat bagaimana interaksi dan dinamika antara member NCT dan penggemarnya. Data dapat divalidasi dengan melibatkan informan atau penggemar NCT dalam proses penelitian. Penggemar dapat memberikan perspektif yang dapat memvalidasi interpretasi etnografer.

5. Sistematika Penulisan

Pada bab 1 berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka teori, dan

metode penelitian yang menjelaskan tentang interaksi parasosial yang terjadi antara member NCT (*Neo Culture Technology*) dengan penggemar di aplikasi LYSN pada tahun 2023. Bab 2 berisi tentang penjelasan singkat mengenai apa itu identitas penggemar dan profil member NCT.

Bab 3 merupakan hasil dan pembahasan pada penelitian ini, yang berisi mengenai analisis data yang diperoleh dari aplikasi LYSN penggemar dengan beberapa level analisis untuk memahami kompleksitas hubungan parasosial antara member NCT dan penggemar, serta bagaimana hal ini memengaruhi pembentukan identitas penggemar dalam konteks digital saat ini. Bab 4 yaitu bab terakhir yang berisi kesimpulan seluruh penelitian yang diperoleh beserta saran yang perlu diambil oleh semua pihak terkait dalam penelitian ini.