

KOMUNIKASI PARASOSIAL ANTARA PENGGEMAR DENGAN IDOLA (Studi Deskriptif pada Penggemar NCT 127 dalam Aplikasi Lysn di Kota Banjarbaru)

Zaheda Fatimah Azzahra¹, Risa Dwi Ayuni², Junaidy³

¹ Ilmu Komunikasi, 70201, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Kalimantan
Muhammad Asryad Al Banjar Banjarmasin, NPM 19110082

² Ilmu Komunikasi, 70201, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Kalimantan
Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin, NIDN 11221290001

³ Ilmu Administrasi Publik, 63201, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Kalimantan
Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin, NIDN 1102088702

E-mail: zahedaazzhara@gmail.com

ABSTRAK

Industri hiburan *K-Pop* berkembang pesat di Indonesia dan menimbulkan ketertarikan lebih penggemar kepada idola kegemarannya. Fenomena tersebut bernama parasosial. NCT 127 adalah grup musik idola yang sangat disukai di Korea Selatan. SM Entertainment mengembangkan aplikasi Lysn, yang memungkinkan penggemar berinteraksi dengan idolanya melalui fitur utama Bubble. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana proses komunikasi parasosial penggemar dengan NCT 127, karakteristik dan faktor penyebab parasosial pada penggemar NCT 127, serta mengukur tingkat parasosial penggemar NCT 127 pengguna Lysn di Kota Banjarbaru. Menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan cara observasi langsung, wawancara mendalam, dan dokumentasi terhadap delapan subjek. Hasil yang ditemukan penggemar dan idola dapat menjadi pengirim/penerima pesan, percakapan antara penggemar NCT 127 dengan NCT 127 tidak terjadi secara personal karena idola mengirimkan pesan secara massal. Isi pesan mengarah pada hal personal. Dan di Lysn, hambatan komunikasi ditemukan. Penggemar memiliki karakteristik parasosial dari kemampuan sosial, empati, kepercayaan diri, kepribadian, dan penggemar berjenis kelamin perempuan. Motivasi, kesamaan dengan idola, dan komunikasi antar sesama penggemar adalah faktor parasosial. Tiga penggemarnya berada di tingkat sosial hiburan, dan lima lainnya berada di tingkat perasaan pribadi yang intens dalam parasosial.

Kata Kunci: Komunikasi; Parasosial; Penggemar; *K-Pop*; Lysn

ABSTRACT

K-Pop entertainment is fast developing in Indonesia, which drives fans to become more attached to their favorite idols. The phenomena is known as parasocial. NCT 127 is a popular South Korean idol group. With a key feature called Bubble, SM Entertainment's Lysn app allows fans to contact with their favorite idol. This research aims to find out how the parasocial communication process of fans with NCT 127, the characteristics and factors that cause parasocial in NCT 127 fans, and measure the parasocial level of NCT 127 fans as Lysn users in Banjarbaru City. This research used qualitative descriptive methods using direct observation, in-depth interviews, and documentation on eight subjects. The results found that fans and idols can be senders/receivers of messages, conversations between fans and NCT 127 not personalised because Idols use it to send mass messages to fans. The message content leads to personal matters. And there are communication barriers that occur in Lysn. Social skills, fan empathy, self-confidence, personality, as well as female fans are characteristics found in fans. Then motivation, similarity with idols, and also communication among fans are factors that cause fans to be parasocial. There were three fans who were at the Entertainment Social stage and five fans who were at the Intense Personal Feeling stage of parasocial.

Keywords: Communication; Parasocial; Fans; *K-Pop*; Lysn

REFERENSI

Jurnal

Chung, S., & Cho, H. (2014). *Parasocial relationship via reality TV and social media: Its implications for celebrity endorsement*. TVX 2014 - Proceedings of the 2014 ACM International Conference on Interactive Experiences for TV and Online Video, (June 2014), 47–54.

<https://doi.org/10.1145/2602299.2602306>

Cohen, J. (2014). *Mediated relationships and social life: Current research on fandom, parasocial relationships, and identification*. In *Media and Social Life*. Routledge/Taylor & Francis Group. <https://doi.org/10.4324/9781315794174>

Nisa, K., & Mirawati, M. (2022). *Kepribadian Introvert Pada Remaja*. *Educativo: Jurnal Pendidikan*, 1(2), 606–613. <https://doi.org/10.56248/educativo.v1i2.79>

Qaulan Sadida dan Suryanto. (2022). *Interaksi Parasosial pada Remaja : Sebuah Tinjauan Literatur Sistematis*. *Berajah Journal*, 679–688.

Sagita, A., & Kadewardana, D. (2018). *Hubungan Parasosial di Media Sosial (Studi pada Fandom Army di Twitter)*. *CoverAge: Journal of Strategic of Communication*, 8(1), 45–58.

Wardani, E. P., & Kusuma, R. S. (2021). *Interaksi Parasosial Penggemar K-Pop Di Media Sosial (Studi Kualitatif pada Fandom Army di Twitter)*. *Bricolage : Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 7(2), 243. <https://doi.org/10.30813/bricolage.v7i2.2755>

Skripsi

Hanan, M. S. (2021). *Interaksi Parasosial Antara Idola Dengan Penggemarnya (Studi Penggemar Boygroup K-Pop Seventeen)*. (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Surakarta). Diakses dari : https://eprints.ums.ac.id/96892/5/Naskah_publicasi_1100170177.pdf

Maharddhika, A. P. (2022). *Komunikasi Impersonal Antara Idol Dan Fans (Dinamika Proses Komunikasi Pada Aplikasi LYSN SM Entertainment)*. (Skripsi, Universitas Islam Indonesia) Diakses dari : <https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/40842/18321025.pdf>

Fauziah, E. (2022). *Pengaruh Interaksi Parasosial Terhadap Perilaku Celebrity Worship Penggemar Nct (Nctzen) Melalui Aplikasi Bubble Lysn*. (Skripsi, Universitas Bandar Lampung). Diakses dari : <http://digilib.unila.ac.id/59768/>

Sukmana, P. D. (2015). *Studi Deskriptif Mengenai Interaksi Parasosial Pada Perempuan Dewasa Awal Di Komunitas Fans Exo Bandung* (Skripsi, Universitas Islam Bandung). Diakses dari : http://elibrary.unisba.ac.id/files/09-1616_Fulltext.pdf

Buku

Kriyantono, R. (2021). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif: Disertai Contoh Praktis Skripsi, Tesis, dan Disertasi Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran (Edisi kedua)*. Jakarta: Prenadamedia Group.

Liliweri, A. (2015). *Komunikasi Antar Personal*. Jakarta: Prenadamedia Group.

Saifuddin, D. A., & Masykur, A. M. (2014). *Interaksi Parasosial*. Jurnal EMPATI, 3(4), 143–152. <https://doi.org/10.14710/empati.2014.7568>

Soegiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Yusuf, M. F. (2021). *Pengantar Ilmu Komunikasi untuk Perguruan Tinggi Keagamaan Islam (PTKI) dan Umum*. Bantul : Pustaka Ilmu