

Analisis Interaksi Parasosial Bang Yedam dalam Membangun Kedekatan dengan BY:D Melalui Media Sosial Instagram

Ineke Diana Putri¹, Wien Kuntari²

¹Fakultas Hukum, Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Terbuka, Indonesia

²Fakultas Ekologi Manusia, Institut Pertanian Bogor, Indonesia

e-mail: inekedianaap@gmail.com

Article Info

Article history:

Received

April 29th, 2025

Revised

May 21th, 2025

Accepted

May 23th, 2025

Abstract

This study aims to explore and explain Bang Yedam's parasocial interaction in building closeness with BY:D through Instagram. Parasocial interaction is a one-sided relationship between the audience and media figures, where fans feel emotionally connected despite the absence of direct interaction. Through Bang Yedam's Instagram page, this study examines parasocial interactions based on specific characteristics. This research employs a qualitative method with a descriptive approach. Data collection techniques include interviews, indirect observations, and documentation. There is four informants who follow BY:D Instagram's, interviewed. The findings reveal that parasocial interaction is formed through three main characteristics: Task Attraction, Identification Attraction, and Romantic Attraction. Among these, Task Attraction is the most prominent, as all respondents admire Bang Yedam's talent and achievements, especially in music. Furthermore, the study highlights Instagram as a key platform in shaping parasocial interactions. This is reflected in repeated interactions, such as commenting, posting Instagram stories about Bang Yedam, liking his posts, and other engagement activities. Thus, Instagram serves as a primary medium for fostering emotional closeness. Although the relationship remains one-sided, fans feel a strong connection with Bang Yedam and eagerly anticipate his content.

Keywords: Social Media, Instagram, Parasocial Interaction

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan bagaimana interaksi parasosial Bang Yedam dalam Membangun Kedekatan dengan BY:D Melalui Media Sosial Instagram. Interaksi parasosial adalah hubungan satu arah antara audiens dan karakter media. Hal tersebut dapat dilihat dari hubungan yang terbentuk antara individu dan tokoh publik, di mana penggemar merasakan kedekatan emosional dengan figur tersebut meskipun tidak ada interaksi langsung. Melalui laman media sosial Instagram Bang Yedam, peneliti mencoba untuk menggali interaksi parasosial yang terjadi berdasarkan beberapa karakteristik interaksi parasosial. Jenis penelitian yang digunakan ialah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi wawancara, observasi tidak langsung, dan

dokumentasi. Wawancara dilakukan kepada empat orang pengikut akun BY:D di Instagram. Hasil penelitian menunjukkan bahwa interaksi parasosial tersebut terbentuk melalui tiga karakteristik utama, yakni *Task Attraction*, *Identification Attraction*, dan *Romantic Attraction*. Dari ketiga hal tersebut, *task attraction* menjadi karakteristik yang muncul pada semua narasumber dibandingkan dengan karakteristik lainnya. Penggemar BY:D mengidolakan Bang Yedam karena bakat dan prestasi yang dimilikinya, terutama dalam bidang musik. Selain itu, hasil penelitian juga menjelaskan bahwa media sosial Instagram menjadi sarana penting dalam membangun interaksi parasosial. Proses tersebut ditandai dengan interaksi pada kolom komentar, mengunggah insta story tentang Bang Yedam, menyukai postingan Yedam, dan lain sebagainya yang dilakukan secara berulang oleh BY:D dan Bang Yedam. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa media sosial Instagram dapat dijadikan sebagai sarana utama dalam membangun kedekatan emosional. Meskipun hubungan ini bersifat satu arah, penggemar merasa lebih dekat dengan Bang Yedam dan terus menantikan konten yang dibagikan olehnya.

Kata Kunci: Media Sosial, Instagram, Interaksi Parasosial

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi saat ini, berbagai informasi mengenai hal-hal yang terjadi di dunia dapat dengan mudah diakses hanya dengan menggunakan teknologi internet. Peran internet menjadi sangat penting dalam berbagai aspek kehidupan sehingga kebutuhan masyarakat untuk mengakses internet kian meningkat sehingga setiap tahunnya dan dapat mengubah peradaban dengan begitu cepat. Akibatnya, internet tidak hanya memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk mencari berbagai informasi dan komunikasi melalui media sosial, tetapi melalui internet kebudayaan dari negara lain dapat dengan mudah diakses oleh masing-masing individu (Cahyono, 2017). Fenomena tersebut menyebabkan terjadinya kontak dengan kebudayaan lain secara tidak langsung, salah satunya adalah kebudayaan Korea.

Beberapa tahun terakhir kebudayaan Korea berhasil menarik perhatian masyarakat Indonesia yang ditandai dengan munculnya fenomena *Korean Wave (Hallyu)*. *Korean Wave (Hallyu)* adalah istilah yang diberikan untuk budaya Pop Korea Selatan yang tersebar secara global di seluruh dunia, termasuk Indonesia. Dilansir dari Kumparan.com, menurut penelitian dari Ri'aeni et al (2019) menyatakan bahwa Indonesia merupakan salah satu negara yang mengalami demam Korea. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya media yang berlomba-lomba menayangkan dan menginformasikan berita terkait Korea. Berdasarkan data dari pemerintah Korea (*The Korea Foundation*), mengatakan bahwa penggemar *Korean Wave* di seluruh dunia mengalami kenaikan yang cukup drastis dengan capaian 89 juta orang yang tersebar di 113 negara (Zahra, 2018). Selain itu, data pada tahun 2018 juga menyatakan bahwa populasi penggemar *Korean Wave* di dunia mengalami kenaikan sebesar 22% yang semula berjumlah 73,12 juta penggemar bertambah menjadi 89,19 juta penggemar (Zahra, 2018).

Korean wave menawarkan berbagai jenis budaya, seperti K-Pop, K-drama, K-Food, K-fashion, game, make-up, dan lain sebagainya. Berdasarkan hasil survei dari Kumparan.com yang berjudul "Survei Kumparan: Full House & Suju Gerbang Hallyu Wave di Indonesia" menyatakan bahwa Musik K-pop menjadi salah satu produk dari *Korean Wave* yang paling

digemari oleh penggemar dari seluruh Indonesia. Lebih lanjut, menurut data dari Twitter, Indonesia menduduki peringkat ke-1 dalam daftar 20 pasar teratas dengan percakapan terkait K-Pop terbanyak selama dua tahun berturut-turut (Kim, 2022). Hal ini menunjukkan bahwa K-Pop telah menjadi fenomena yang diterima dan di cintai oleh masyarakat Indonesia dalam kehidupan sehari-hari.

K-Pop ialah sebutan untuk musik pop Korea (*Korean Pop*) yang menjadi populer. Bukan hanya musiknya, namun tarian dan trend yang dilakukan oleh setiap penyanyi menjadi daya tarik tersendiri. Akibat dari penyebaran kebudayaan Korea yang pesat tersebut membuat K-Pop semakin digemari hingga menciptakan berbagai komunitas pecinta K-Pop yang dikenal dengan istilah fandom (*fans kingdom*). Dibentuknya fandom tersebut ditujukan sebagai wadah untuk memberi dukungan kepada idola mereka (Oktaviani, 2020). Bentuk dukungan tersebut sangat beragam, mulai dari membeli album idol, melakukan proyek *streaming* video musik, voting acara musik, maupun membeli *merchandise* atau suvenir resmi dari idola mereka.

Fenomena K-Pop menunjukkan adanya perubahan sosial yang besar. Kingsley Davis dalam bukunya *Human Society* (1949) menjelaskan bahwa perubahan sosial melibatkan transformasi dalam struktur dan fungsi masyarakat, termasuk perubahan dalam interaksi sosial dan elemen budaya. Dalam konteks K-Pop, penyebarannya ke berbagai negara memperlihatkan bagaimana budaya Korea yang disebarkan lewat media digital dapat mempengaruhi cara orang menikmati hiburan, mengadopsi gaya hidup baru, serta berinteraksi dalam komunitas daring. Dukungan dari penggemar, seperti dengan melakukan *streaming*, voting, dan terlibat dalam fandom juga memperlihatkan bagaimana masyarakat global kini terhubung dan berpartisipasi aktif dalam budaya populer secara berbeda dari sebelumnya (Rasyid, 2018).

Lebih lanjut, sebagai *selling point* dalam industri K-Pop, penyanyi atau idola K-Pop dituntut untuk menjadi sosok yang memanjakan penggemarnya. Salah satu caranya adalah dengan melakukan dan memberikan *Fan service* pada penggemar mereka. Hal ini dikarenakan K-pop bukan hanya tentang musik, tentang juga mengenai bagaimana ikatan erat antara idol dan fans sebagai bentuk interaksi dan layanan cinta yang diberikan kepada penggemar.

Dalam industri K-pop, *fan service* yang melibatkan idol dilakukan dengan berinteraksi langsung dengan penggemar, seperti berjabat tangan, berbincang, dan memeluk saat acara fan signing. *Fan service* diartikan sebagai bentuk dari cara seorang publik figur membangun keintiman dengan penggemarnya (Fauziah, 2022). Selain itu, *Fan service* juga dipahami sebagai segala jenis ekspresi, aktivitas, atau substansi yang dimaksudkan untuk memuaskan keinginan dan harapan penggemar kepada idola mereka (Fauziah, 2022). Namun, hal itu tentu memiliki batasan-batasan tersendiri yang sangat bergantung pada budaya/norma yang berlaku dalam suatu masyarakat dan aturan dari masing-masing idol tersebut. Seiring dengan berkembangnya teknologi, *fan service* idol merambah pada pembuatan konten, *live streaming*, *fan call*, dan juga berkomunikasi langsung melalui aplikasi komunitas bersama penggemar maupun di media sosial mereka (Fauziah, 2022).

Salah satu idol Korea yang dinilai memiliki *fan service* aktif kepada para penggemarnya ialah idol penyanyi solois Bang Yedam. Dirinya telah berhasil melakukan *fan meeting* dengan penggemarnya secara luas di Asia. Bang Yedam adalah penyanyi asal Korea Selatan yang terkenal karena bakatnya. Ia lahir pada 7 Mei 2002 dan mulai dikenal setelah ikut ajang kompetisi musik "K-Pop Star" pada tahun 2012. Setelah itu, ia bergabung dengan YG Entertainment dan menjadi anggota *boygrup* TREASURE yang debut pada tahun 2020.

Namun pada tahun 2022, Bang Yedam memutuskan untuk keluar dari TREASURE dan mengambil hiatus dari dunia hiburan (Janati & Pangeran, 2022).

Setelah setahun hiatus dari dunia hiburan, pada bulan Mei tahun 2023, Bang Yedam kembali aktif dalam dunia hiburan dan mulai membuka akun Instagram baru. Di akun Instagram miliknya, ia membagikan beberapa momen kehidupan pribadinya, mulai dari kegiatan sehari-hari, jadwal *comeback*, mengutarakan perasaannya kepada penggemarnya, sampai dengan kegiatan dia dalam membuat musik. Tidak hanya itu, Bang Yedam juga aktif berinteraksi dengan penggemarnya di Instagram yang dikenal dengan sebutan BY:D. Kembalinya ke media sosial ini disambut antusias oleh penggemar yang merindukan kehadiran dari sosok Bang Yedam.

Melalui interaksi di Instagram, Yedam menciptakan hubungan emosional dengan penggemar, meskipun tidak bertemu langsung. Pada bulan November 2024, Bang Yedam debut kembali sebagai penyanyi solo dengan merilis lagu-lagu baru. Debut solo ini menandai langkah baru dalam kariernya dan memberikan kesempatan baginya untuk mengekspresikan dirinya secara lebih bebas. Melalui musiknya, Yedam menciptakan hubungan emosional yang lebih dalam dengan penggemar. Hubungan yang terbentuk antara penggemar dengan idola yang disukainya membentuk sebuah perasaan seperti mengenal idola tersebut secara personal kepada dirinya. Fenomena ini disebut dengan Interaksi Parasosial (Rahmawati & Hermina, 2024)

Interaksi parasosial adalah hubungan yang terbentuk antara individu dan tokoh publik, di mana penggemar merasakan kedekatan emosional dengan figur tersebut meskipun tidak ada interaksi langsung. Menurut Horton dan Wohl dalam Fauziah (2022), menjelaskan bahwa interaksi parasosial adalah hubungan satu arah antara audiens dan karakter media. Mereka berpendapat bahwa interaksi parasosial mirip dengan interaksi interpersonal antara dua individu, namun terdapat perbedaan penting antara kedua belah pihak (komunikator dan komunikan). Perbedaan tersebut ialah tidak berada di lokasi yang sama dan komunikasi berlangsung secara virtual.

Selain itu, dalam konsep komunikasi pada umumnya terdapat umpan balik (*feedback*), sementara interaksi parasosial tidak menyediakan umpan balik secara langsung. Interaksi parasosial sering terjadi melalui media sosial, di mana penggemar dapat mengakses konten yang diproduksi oleh tokoh publik dan berinteraksi melalui komentar serta *likes* (Wardani & Kusuma, 2021). Media sosial menjadi sumber informasi utama bagi penggemar untuk mengetahui perkembangan idola mereka. Hal ini menciptakan ruang bagi penggemar untuk mengekspresikan dukungan dan keterlibatan, sehingga memperkuat kedekatan yang mereka rasakan (Wardani & Kusuma, 2021).

Berdasarkan uraian permasalahan di atas, tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui dan menjelaskan bagaimana interaksi Parasosial Bang Yedam dalam Membangun Kedekatan dengan BY:D Melalui Media Sosial Instagram. Berbagai penelitian mengenai Interaksi Parasosial antara Idola dengan penggemar sudah banyak ditemui dalam berbagai studi dan jurnal penelitian, tetapi masih sangat minim pembahasan mengenai idola boygrup yang telah hiatus dan memutuskan hengkang untuk kembali menjadi penyanyi solois. Berbagai penelitian tentang interaksi parasosial yang berfokus pada idola dengan penggemarnya diantaranya ialah pertama penelitian yang dilakukan oleh Sumirna, Maulana, dan Putra (2023) yang menunjukkan bahwa penggemar mengagumi idolanya karena bakat, karya, dan prestasi yang dimiliki. Mereka menjadikan idola sebagai panutan positif dalam hidup mereka. Selain

itu, penggemar melihat sosok idola tidak hanya sebagai figur publik, tetapi juga sebagai teman yang memiliki arti khusus bagi mereka.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Rahmawati dan Hermina (2024) yang menjelaskan bahwa hanya penggemar yang merasakan kedekatan pada idolanya dikarenakan para idola membangun gaya komunikasi yang mengarah pada interaksi dua arah, sehingga menjadikan penggemar seolah-olah sebagai mitra. Ketiga, penelitian Fitri, Ruwanti, dan Cahyani (2024) yang menunjukkan bahwa subjek dengan penggunaan media sosial yang intens memiliki tingkat interaksi parasosial yang tinggi. Kegiatan seperti menggulir *timeline* dan *feed*, menikmati konten untuk hiburan, serta belajar bahasa Korea dari postingan idola menunjukkan tingkat interaksi parasosial yang sedang. Selain itu, mereka juga menonton video musik, memberikan suara untuk idola, serta menonton konser dan konten terkait idolanya sebagai bentuk interaksi parasosial yang dilakukan.

Dari ketiga penelitian terdahulu tersebut, didapatkan persamaan yang berkaitan dengan interaksi parasosial antara penggemar K-Pop dengan idolanya. Akan tetapi, terdapat pula perbedaannya, yakni peneliti memilih salah satu idol K-Pop sebagai subjek penelitian. Hal ini tentu berbeda dikarenakan ketiga penelitian terdahulu menekankan subjek pada penggemar dan seluruh idola/selebriti K-Pop. Maka dari itu, berdasarkan uraian latar belakang diatas, peneliti ingin meneliti bagaimana interaksi Parasosial Bang Yedam dalam Membangun Kedekatan dengan BY:D Melalui Media Sosial Instagram. Berdasarkan pembahasan di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan bagaimana interaksi parasosial Bang Yedam dalam Membangun Kedekatan dengan BY:D Melalui Media Sosial Instagram. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori interaksi parasosial untuk dapat menjawab rumusan masalah dalam penelitian yang dilakukan. Jenis penelitian yang akan digunakan ialah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif.

METODOLOGI

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teori yang digunakan adalah teori interaksi parasosial untuk menganalisis bagaimana Bang Yedam membangun kedekatan dengan penggemar BY:D melalui media sosial Instagram. Metode kualitatif adalah prosedur riset yang mempelajari keadaan objek yang alamiah (sebagai lawannya merupakan eksperimen). Penulis merupakan instrumen kunci dalam penelitian ini. Analisis informasi berupa induktif atau kualitatif dan hasil penelitian lebih dari gabungan (Sugiyono, 2019:18). Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini ialah wawancara, dokumentasi dan observasi tidak langsung, Wawancara dilakukan kepada empat orang penggemar Yedam yang mengikutinya pada Instagram.

Teori interaksi parasosial mengacu pada hubungan satu arah yang terbentuk antara penggemar dan figur publik, di mana penggemar merasa memiliki hubungan emosional dengan figur tersebut meskipun tidak ada interaksi langsung. Interaksi parasosial merupakan perkembangan dari hubungan simbolik antara penonton dan tokoh yang ada di media, artinya terdapat simbol atau makna saat terjadinya interaksi parasosial. Untuk menginterpretasikan makna dibutuhkan kedekatan atau kelekatan yang terjalin. Interaksi parasosial muncul ketika audience memberikan respon kepada tayangan televisi, video di Youtube, atau buku. Contohnya tertawa, menangis, takut dan senang. Terdapat tiga karakteristik yang menjelaskan bagaimana sikap atau perilaku individu yang melakukan interaksi parasosial, yaitu *Task Attraction*, *Identification Attraction*, dan *Romantic Attraction* (Giles & Stever, 2024).

HASIL DAN DISKUSI

Karakteristik Komunikasi Parasosial BY:D dengan Bang Yedam

Dalam beberapa tahun terakhir, kebudayaan Korea berhasil menarik perhatian masyarakat Indonesia. Hal ini terbukti dari munculnya berbagai fenomena *Korean Wave* (Hallyu), salah satunya ialah K-Pop. Akibat dari penyebaran kebudayaan Korea yang pesat tersebut membuat K-Pop semakin digemari hingga menciptakan berbagai komunitas pecinta K-Pop yang dikenal dengan istilah fandom (*fans kingdom*). Selain itu, dalam industri K-Pop, para penyanyi atau idola diharuskan untuk menjadi sosok yang menyenangkan penggemarnya. Salah satu cara mereka melakukannya adalah dengan memberikan *fan service* kepada penggemar yang melibatkan interaksi langsung, seperti berjabat tangan, berbicara, atau berpelukan pada acara fan signing. Akan tetapi, seiring dengan kemajuan teknologi, *fan service* para idola kini juga mencakup pembuatan konten, live *streaming*, *fan call*, serta komunikasi langsung melalui aplikasi komunitas atau media sosial mereka.

Melalui laman media sosial, para penggemar tentu merasakan kemudahan untuk dapat memperoleh informasi pribadi dan berinteraksi dengan idolanya, Para penggemar tentunya merasa telah mengenal idolanya secara pribadi melalui bahasa tubuh, penampilan, perkataan, sampai dengan gaya hidup sang idola (Fauziah, 2022). Meskipun mereka belum pernah bertemu dan hanya berinteraksi di sosial media, penggemar merasakan memiliki sebuah hubungan yang interpersonal antara dua pihak, walaupun pada akhirnya hubungan tersebut bersifat satu arah tanpa adanya timbal balik. Kelekatan yang ditimbulkan antara penyuka K-Pop dengan artis yang mereka sukai menciptakan suatu perasaan mendalam dimana individu yang menyukai K-Pop merasa seakan artis tersebut mengenal diri mereka secara personal. Kejadian tersebut dinamakan interaksi parasosial.

Bentuk interaksi parasosial antara penggemar dengan idolanya dapat terlihat pada salah satu artis K-Pop soloit, yakni Bang Yedam. Pada akun Instagram miliknya, ia membagikan beberapa momen kehidupan pribadinya, mulai dari kegiatan sehari-hari, jadwal *comeback*, mengutarakan perasaannya kepada penggemarnya, sampai dengan kegiatan dia dalam membuat musik. Tidak hanya itu, Bang Yedam juga aktif berinteraksi dengan penggemarnya di Instagram yang dikenal dengan sebutan BY:D. Hadirnya Bang Yedam di media sosial barunya disambut antusias oleh penggemar yang merindukan kehadiran dari sosok dirinya setelah 1 tahun hiatus dari dunia musik. Munculnya Yedam di media sosial menciptakan sebuah interaksi antara BY:D (Sebutan penggemar untuk Bang Yedam) dengan penggemar Bang Yedam yang dikenal dengan istilah interaksi parasosial.

Pada sub bab ini, peneliti akan mendeskripsikan terkait dengan karakteristik komunikasi parasosial BY:D dengan Bang yedam berdasarkan dengan hasil wawancara, observasi, maupun dokumentasi yang telah didapatkan. Wawancara dilakukan kepada empat informan penggemar Yedam yang mengikutinya di Instagram. Dalam kajian interaksi parasosial, terdapat indikator yang digunakan melihat dan mengungkapkan bentuk atau karakteristik dari BY:D sebagai penggemar kepada idolanya. Menurut Stever 2013 dalam (Rahmawati & Hermina, 2024) menjelaskan bahwa terdapat 3 karakteristik yang menjelaskan bagaimana sikap atau perilaku individu yang melakukan interaksi parasosial, yaitu *Task Attraction*, *Identification Attraction*, dan *Romantic Attraction*.

Task Attraction

Task Attraction merupakan tahap dimana penggemar mempertimbangkan karya, bakat, dan prestasi seorang selebriti untuk mengidolakannya. Pada tahap ini, para penggemar

merasakan bahwa bakat idola merupakan satu hal yang paling penting (Hidayatulloh, 2023). Berdasarkan temuan peneliti, keempat narasumber BY:D memiliki karakteristik *task attraction* dalam mengidolakan Yedam. Meskipun latar belakang mereka dalam mengenal Yedam berbeda, akan tetapi mereka cenderung menyukai Yedam dikarenakan memiliki suara yang Indah. Hal tersebut seperti yang disampaikan oleh Narasumber 1 selaku BY:D sebagai berikut:

"Saya suka yedam karena mukanya unik kaya buaya dan suaranya bagus, unik mirip Justin Bieber versi Koreanya. Terus saya juga suka karena beberapa K-drama yang saya tonton, pengisi OST nya itu Bang Yedam sendiri. Jadi kaya makin double gitu sukanya hehehe. Saya seneng banget waktu lagu Darari di rilis karena akhirnya Yedam jadi produser untuk pertama kalinya, walaupun setelah itu dia hiatus dan akhirnya memutuskan keluar dari Treasure"
(Wawancara narasumber 1, November 2024)

Berdasarkan hasil wawancara, narasumber 1 mengatakan menyukai Bang Yedam dikarenakan suara yang unik dan memiliki ciri khas tersendiri. Hal ini dapat dibuktikan dari Bang Yedam yang telah mengisi beberapa OST Kdrama dan menjadi *permanent member* di The Listen 4. Selain itu narasumber juga mengatakan bahwa dirinya menyukai Bang Yedam karena kemampuan bakatnya dalam menyiptakan lagu dan menjadi produser dalam beberapa karyanya, salah satunya ialah lagu Darari yang dipopulerkan oleh Treasure. Dari uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa alasan narasumber menyukai Bang Yedam termasuk dalam karakteristik *Task Attraction* dikarenakan dirinya menyukai keterampilan dan bakat yang dimiliki oleh idolanya.

Narasumber 1 menyukai Bang Yedam dari 2012 semenjak Yedam mengikuti acara Kpop Star Season 2, ia mengenal dan menyukai Bang Yedam setelah melihat video pertunjukannya bersama dengan Akdong Musician. Sampai saat ini, narasumber masih menjadi penggemar Bang Yedam bahkan setelah keluar dari Treasure. Hal ini dapat dibuktikan dari kegiatan narasumber yang mengikuti acara *fanmeeting* Bang Yedam pertama di Jakarta pada bulan Agustus 2024.



Figur 1. First Fan meeting Ban Yedam di Jakarta 2024
(sumber: Dokumentasi Pribadi Informan 1, 2024)

Berbeda halnya dengan narasumber 1, narasumber 2 baru mulai mengidolakan Yedam beberapa tahun kebelakang. Narasumber 2 mengenal Bang Yedam sejak 2021 saat Yedam

masih dalam *boygrup* Treasure. Namun mulai menyukai dan Yedam sejak lagu Jikjin sehingga narasumber mulai mencari tahu tentang Bang Yedam dan menjadikannya Ultimate Bias. Hal tersebut seperti yang disampaikan oleh narasumber 2 selaku BY:D sebagai berikut.

"Saya jadi BY:D sejak yedam masih ada di Treasure sekitar tahun 2021. Kebetulan Yedam ini memang bias ultimate saya karena saya suka idol yang bisa buat lagunya sendiri. Bener-bener into sama Yedam pas lagu Jikjin terus langsung nyari tau lebih lanjut tentang Yedam kaya pas dia kecil tuh udah ikut acara survival." (Wawancara narasumber 2, November 2024)

Berdasarkan hasil wawancara, narasumber 2 menyatakan menyukai Bang Yedam dikarenakan bisa membuat lagu sendiri. Hal ini dapat dibuktikan dari Bang Yedam yang mampu menciptakan lagunya sendiri dalam produksi Album Good Vibes. Hal ini juga tidak jauh berbeda dengan yang disampaikan oleh informan 3, dirinya mengatakan bahwa menyukai Yedam karena suaranya yang bagus, hal ini dapat dibuktikan dengan keberhasilan Yedam dalam menyanyikan lagu "There Nothing Holding Me Back" sehingga diketahui angung oleh penyanyinya yaitu Shawn Mendes. Narasumber 3 mengenal Bang Yedam saat survival YG Treasure Box, lalu ia mulai mengikuti Yedam saat menyanyikan lagu milik Shawn Mendes dalam *survival show* bersama Straykidz. Hingga saat ini narasumber masih mengikuti kegiatan Bang Yedam dalam sosial media.

Berkat bakat yang dimiliki oleh Bang Yedam, lambat laun dirinya mulai dikenal oleh masyarakat luas sehingga membuat BY:D semakin bertambah. Salah satunya ialah Narasumber 4 yang menyukai yedam dikarenakan keindahannya dalam menciptakan lagu. Narasumber 4 tertarik dengan Bang Yedam sejak 2022 saat *comeback* Treasure dengan lagu Jikjin sebelum Yedam memutuskan hiatus dan akhirnya hengkang dari Treasure pada tahun 2022. Berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber 4, ia menyukai Yedam karena kemampuannya membuat lagu yang indah dan memiliki suara yang merdu. Hal ini dapat dibuktikan dengan Yedam merilis 2 mini album dengan total 12 lagu *self produced*. Hal ini sesuai dengan yang utarakan oleh Narasumber 4 sebagai berikut.

"Saya tertarik dengan Bang Yedam kurang lebih 2 tahun sejak comeback Treasure era jikjin hingga saat ini. Saya tertarik karena beberapa lagu yang dia buat sangat indah, serta Yedam memiliki suara yang merdu. Karena bakatnya tersebut saya mulai tertarik dan mengidolakan dia hingga saat ini baik dia masih di grup Treasure hingga saat ini dia menjadi penyanyi solo." (Wawancara narasumber 4, November 2024)

Hasil analisis wawancara dari keempat informan menunjukkan bahwa mereka semua masuk ke dalam karakteristik *Task Attraction*. Hal ini dikarenakan mereka semua memikirkan dan mempertimbangkan karya, bakat, dan prestasi dari seorang Yedam sebagai alasan untuk mengidolakannya. Meskipun masing-masing informan memiliki range waktu yang berbeda dalam mengidolakan bang Yedam, hal tersebut tidak membedakan mereka dalam melihat bakat yang dimiliki oleh Yedam. Mereka bereempat sepakat bahwa Yedam memiliki suara yang indah, pandai untuk membuat lagu, dan sampai dengan melakukan *self-produced* sebagai produser maupun penulis lagu.

Identification Attraction

Identificaton Attraction merupakan tahap atau karakteristik penggemar yang menyamai idolanya dan memiliki keinginan untuk sama dengan idolanya. Karakteristik ini memperlihatkan seorang penggemar memaknai idolanya sebagai panutan untuk dicontoh sehingga pada fase ini kegiatan mengidolakan berpengaruh terhadap perubahan gaya hidup, sifat, perilaku, maupun nilai-nilai yang dianut penggemar akibat dari menirukan idolanya (Hidayatulloh, 2023). Dalam wawancara yang dilakukan oleh peneliti, seluruh informan mengatakan bahwa mereka tidak terobsesi menyamai maupun menjadi seperti idolanya dikarenakan hal tersebut merupakan sesuatu yang tidak mungkin untuk dilakukan. Akan tetapi beberapa dari mereka hanya mengikuti gaya dan membeli beberapa merchandise yang berkaitan dengan Yedam dan hanya mencontoh hal-hal yang positif dari idola nya.



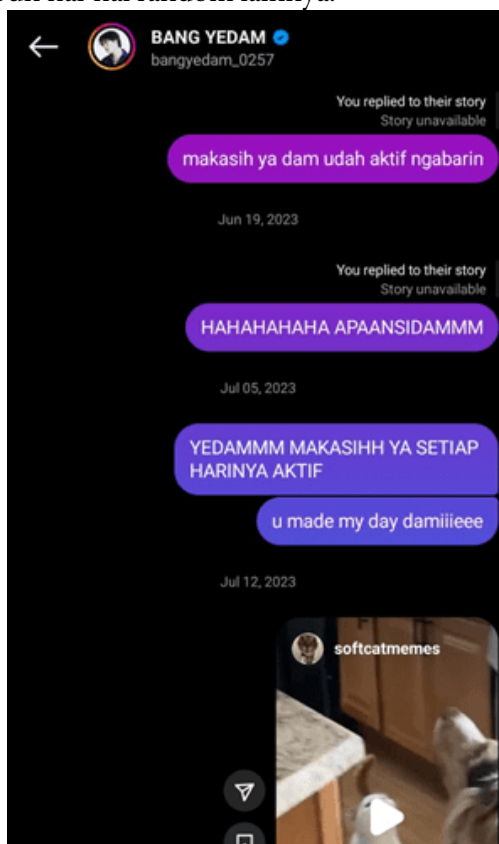
Figur 2. Berbagai *merchandise* yang dibeli oleh BY:D
(sumber: Dokumentasi Pribadi Informan 1, 2024)

Narasumber 1 mengatakan bahwa dirinya meniru Bang Yedam dalam beberapa hal, yakni gaya berpenampilan, gaya berfoto, dan membeli *merchandise* milik idolanya seperti *acrylic lightstick* dan album. Selain itu, narasumber 1 berpendapat bahwa dengan memiliki kesamaan dengan Bang Yedam membuat dirinya merasa lebih dekat dengan Yedam. Sama halnya dengan narasumber 1, narasumber 3 juga memiliki kebiasaan dan kesamaan dengan Bang Yedam. Dirinya kerap membeli beberapa *merchandise* Bang Yedam, seperti album, *photocard* dan *keychain*. Maka dari itu, berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa hasil analisis tersebut masuk pada karakteristik *Identificaton Attraction* sebab BY:D mengidentifikasi Yedam sebagai sebuah role model dan pantas untuk diikuti. Selain itu, hal ini juga mendorong mereka untuk terus mendorong mereka dalam mendukung idolanya.

Romantic Attraction

Romantic Attraction diartikan sebagai tahap dimana seorang penggemar sudah memiliki ikatan emosional dan merasa dekat dengan idolanya. Maksudnya ialah muncul sebuah kebutuhan bagi seorang penggemar untuk dapat dekat secara emosional dan fisik dengan idolanya (Hidayatulloh, 2023). Dalam wawancara yang telah peneliti lakukan, Narasumber 1 dan Narasumber 2 mengatakan bahwa mereka ingin membangun hubungan kepada Yedam. Pada Narasumber 1, dirinya sangat sering mencoba berinteraksi dengan Bang Yedam melalui

media sosial Instagram miliknya. Ia beranggapan bahwa dengan melakukan hal tersebut dirinya merasa lebih dekat dengan Yedam seperti teman. Interaksi yang dilakukan berupa membuat komentar di postingan Yedam dan mengirim *direct message* di Instagram untuk berbagi keluh kesah maupun hal-hal random lainnya.



Figur 3. Tangkapan layar DM Instagram Narasumber 1 dengan Bang Yedam
(sumber: Dokumentasi Pribadi Narasumber 1, 2024)

Selain itu, narasumber 1 juga mengatakan bahwa postingan-postingan yang disebar oleh Yedam menambah rasa kedekatan dirinya dengan Yedam. Bahkan hal tersebut dapat membuat Narasumber 1 menjadi lebih bersemangat dalam melakukan aktivitasnya. Menurutnya, untuk sebuah hubungan dirinya hanya menganggap fans dengan idolanya sebatas teman, sehingga hanya bisa mendukung yang dilakukan oleh Yedam. Hal ini sesuai dengan yang dikatakan oleh Narasumber 1 sebagai berikut.

“Pasti, jujur kalo lagi capek terus Yedam tiba-tiba upload sesuatu jadi semangat lagi. Rasanya kaya Yedam tau aku lagi sedih gitu, Yedam udah aku anggap jadi temen udah bukan jadi idola aku lagi karena dia benerbener sedeket itu sama fansnya. Kerandoman dia di media sosial tuh bikin kita makin sayang sama dia”. (Wawancara narasumber 1, November 2024)

Berbeda halnya dengan narasumber 1, narasumber 2 memiliki tingkat interaksi yang lebih tinggi. Hal ini dikarenakan dirinya pernah membayangkan untuk memiliki hubungan dengan Bang Yedam sebagai seorang Pacar. Lebih lanjut narasumber 2 juga menyatakan bahwa dirinya ingin memiliki kekasih seperti Bang Yedam, meskipun nantinya tidak terealisasikan ia akan tetap menerimanya.

“Kalau untuk hubungan dulu pas lagi awal-awalnya mungkin ya pingin punya hubungan romantic kaya di drama korea gitu, bahkan sampe kaya berdoa semoga dapet jodoh yang sifatnya kaya yedam hehehe tapi untuk sekarang engga sih udah realistis.” (Wawancara narasumber 2, November 2024)

Berdasarkan wawancara tersebut, hasil analisis menunjukkan bahwa dari kedua narasumber memiliki kebutuhan seorang penggemar untuk dapat dekat secara emosional dengan idola mereka. Hal ini menunjukkan bahwa narasumber 1 dan narasumber 2 memiliki karakteristik *Romantic Attraction* dimana muncul kebutuhan antara BY:D dengan Bang Yedam agar dapat lebih dekat secara emosional. Selain itu, para penggemar BY:D dalam penelitian ini memiliki dan mengalami proses kedekatan emosional yang berbeda. Salah satu faktor penyebabnya berupa jangka waktu yang dilalui oleh penggemarnya. Mulai dari tingkat rasa ketertarikan, sampai dengan sifat keposesifan kepada idolanya.

Interaksi Parasosial Bang Yedam dengan BY:D di Media Sosial Instagram

Persebaran musik K-Pop dan grup idola tidak terlepas dari peran media sosial yang kini sangat mudah diakses oleh siapa saja. Banyak grup idola yang meraih ketenaran dan memiliki banyak penggemar setelah lagu, penampilan, atau anggota mereka menjadi tren dan tersebar luas di komunitas daring atau media sosial. Selain itu, media sosial juga digunakan oleh para idola dan penggemar untuk berinteraksi satu sama lain. Beberapa media sosial yang sering digunakan antara lain X, YouTube, Instagram, serta aplikasi obrolan seperti Weverse dan Bubble Lyn juga hadir untuk memanjakan penggemar agar dapat melihat dan mengetahui aktivitas idola mereka (Hidayatulloh, 2023).

Para penggemar dengan mudah dapat merasakan dan mendapatkan informasi pribadi dan berinteraksi dengan idolanya melalui unggahan di media sosial, salah satunya ialah Penggemar Bang Yedam atau yang dikenal juga dengan sebutan BY:D. Menurutnya, Bang Yedam merupakan salah satu idola yang memanjakan penggemarnya melalui media sosial Instagram. Hal ini dikarenakan Yedam merupakan salah satu penyanyi K-Pop yang baru saja hiatus selama setahun. Sebelum hiatus Yedam juga dikabarkan keluar dari *boygrup* Treasure sehingga membuat sebagian penggemar sedih. Akan tetapi, pada bulan Mei tahun 2023 lalu Yedam telah kembali aktif dan memiliki akun instagram Pribadi sehingga BY:D merasa sedang dan lebih dekat untuk berinteraksi dengan Yedam. Hal ini sesuai dengan yang dikatakan oleh Narasumber 1 sebagai BY:D sebagai berikut.

“....Seneng banget karena setelah 1 tahun hiatus dan keluar Treasure di bulan November akhirnya dia muncul juga. Sebelum dia punya instagram pribadi dia jarang banget update waktu masih jadi anggota Treasure. Seneng dan girang banget karena akhirnya Yedam punya Instagram sendiri jadi bisa liat daily life dia dari akun dia sendiri tanpa harus ikutin aturan agency (Wawancara narasumber 1, November 2024).

Kemunculan akun pribadi Yedam setelah setahun hiatus memberikan reaksi yang positif dari salah satu penggemarnya. Narasumber menunjukkan antusiasme yang tinggi sehingga ia melakukan beberapa kegiatan yang dapat menciptakan pengalaman interaksi parasosial dengan idolanya. Hal ini sangat relevan dengan konsep interaksi parasosial antara penggemar dan idola

yang merujuk pada hubungan satu arah antara mereka melalui media sosial. Interaksi tersebut semakin terbentuk pada saat munculnya akun Instagram pribadi milik Yedam. Maksudnya ialah setelah keluar dari grup Treasure, Bang Yedam membuka akun Instagram Pribadi sehingga ia bebas untuk mengeksposnya.

Para penggemar akhirnya merasa senang karena sebelumnya mereka merasa terbatas dalam mengikuti kehidupan pribadi Bang Yedam, yang disebabkan oleh ketiadaan akun Instagram pribadi miliknya. Maka dari itu, dengan hadirnya akun Instagram pribadi milik Bang Yedam, penggemar dapat melihat keseharian Yedam secara langsung dan merasa lebih dekat. Hal ini disampaikan juga oleh beberapa informan lainnya yang juga merupakan BY:D sebagai berikut.

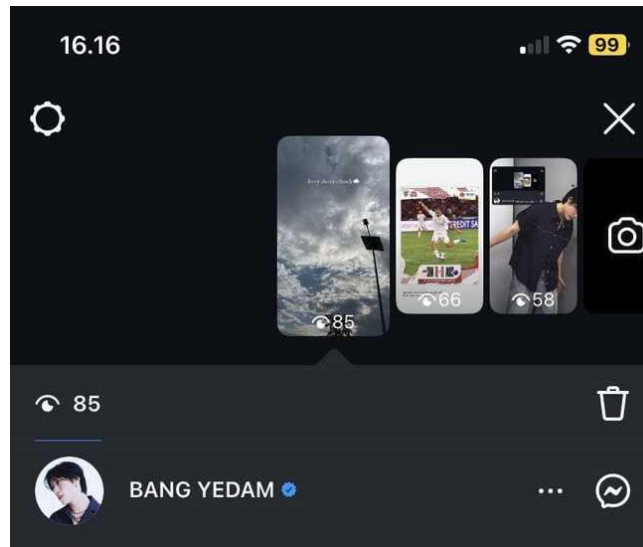
“Bener-bener seneng banget akhirnya bisa liat yedam live di instagram dan sering bikin QnA juga sama penggemarnya. Terus dia random juga sering ngasih playlist gitu” (Wawancara narasumber 3, November 2024).

“...saya merasa lebih dekat dengan mengikuti aktifitasnya di instagram karena bang yedam juga aktif membagikan kegiatan sehari harinya membuat saya merasa senang” (Wawancara narasumber 4, November 2024).

Hal tersebut juga menunjukkan bahwa platform Instagram menjadi salah satu wadah utama yang memungkinkan penggemar untuk melihat Bang Yedam bukan hanya sebagai seorang idol atau anggota grup, tetapi juga sebagai individu yang memiliki kehidupan dan minat pribadi. Dalam interaksi parasosial, penggemar dapat merasa terhubung secara emosional dengan Bang Yedam meskipun hubungan ini tidak bersifat timbal balik. Instagram pribadi Yedam menjadi salah satu wadah yang memberikan kesempatan bagi penggemar untuk merasakan kedekatan emosional yang lebih kuat daripada hanya mengikuti kehidupan Yedam dari media resmi.

“Karena saya aktifin notifikasi dari akun Yedam, jadi semua updatean dia saya selalu tahu. Misal dia post sesuatu saya langsung like dan komen, atau kalo dia tiba-tiba live saya selalu aktif komen berharap dia baca komen saya. Saya juga sering bikin story dan tag Yedam, dan saya juga suka repost postingannya Yedam.” (Wawancara narasumber 1, November 2024).

Dari hasil wawancara menunjukkan bahwa terdapat sebuah interaksi parasosial secara intens yang dilakukan oleh narasumber selaku penggemar terhadap Bang Yedam di Media Sosial Instagram. Penggemar sangat aktif dalam berinteraksi dengan akun pribadi Bang Yedam dimana dalam hal ini menunjukkan bahwa adanya hubungan yang semakin dekat secara sepihak (parasosial). Ketika narasumber mengatakan ia melakukan interaksi berupa like dan comment setiap Bang Yedam melakukan *update* terhadap akun Instagramnya, maka hal tersebut menunjukkan adanya usaha dari penggemar yang ingin terlibat dalam kehidupan Bang Yedam. Kegiatan seperti menulis komentar atau menyukai postingan merupakan cara penggemar menunjukkan apresiasinya dan menunjukkan adanya kedekatan mereka terhadap idolanya meskipun Bang Yedam tidak dapat membalas atau berinteraksi dengan setiap komentar yang ditinggalkan penggemarnya.



Figur 4. Bentuk Interaksi Parasosial BY:D dengan Bang Yedam
(sumber: Dokumentasi Pribadi Informan, 2024)

Dalam observasi dan dokumentasi yang dikumpulkan oleh peneliti selama beberapa bulan terakhir, Banyak sekali BY:D yang sering mengabadikan Yedam dalam Instastory Instagram mereka. BY:D juga juga sering berkomentar dalam konten-konten yang disebarakan oleh Yedam maupun tim nya, mulai dari postingan mengenai *daily life*, konten musik, *live streaming* Instagram, variety show, dan lain sebagainya. Bahkan tak jarang dari mereka yang di *notice* oleh Yedam, seperti Bang Yedam membaca komentar BY:D pada saat *live* Instagram, Yedam membalas komentar BY:D di postingan dirinya, Yedam menjawab pertanyaan-pertanyaan BY:D pada fitur QnA Instagram, sampai dengan Yedam melihat dan merepost postingan Instastory dari para BY:D yang menandai Yedam di postingannya. Hal ini sesuai dengan yang dikatakan oleh Narasumber 1 sebagai BY:D sebagai berikut.

“Dia tuh aktif banget kasih fan service ke fansnya, sesimple kalo BY:D tag dia di story dia suka liat dan bahkan di like. Kalo dia post sesuatu terus BY:D komen dia tuh suka bales dengan random gitu. Kalo dia ada acara terus BY:D tag dia suka di repost, jadi kita sebagai fans ngerasa di bargain dan jadinya ngerasa Yedam tuh deket banget sama kita jadi kaya sama temen bukan lagi layaknya Idol dan fansnya” (Wawancara narasumber 1, November 2024).

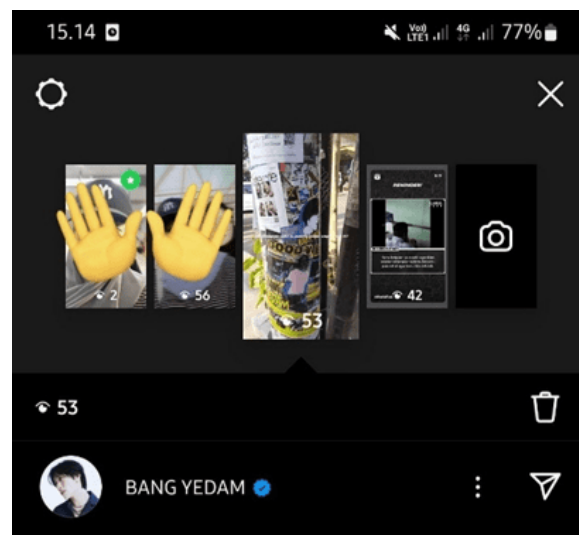
“Bang yedam sering notice para fansnya lewat unggahan yang dibagikan BY:D. itu membuat fans merasa terhubung langsung dengan yedam.” (Wawancara narasumber 4, November 2024).

Hal tersebut menciptakan sebuah kedekatan yang dirasakan oleh BY:D kepada Bang Yedam dikarenakan para BY:D merasa adanya hubungan spesial. Selain itu, bentuk interaksi yang dilakukan oleh kedua belah pihak diatas sudah termasuk ke dalam bentuk interaksi parasosial. Tindakan narasumber BY:D yang memberikan komentar secara aktif maupun melihat Instastory yang menandai Yedam merupakan inti dari interaksi parasosial. Meskipun penggemar tidak bisa mendapatkan respon dari Yedam, perasaan seolah-olah idola mereka memperhatikan mereka adalah bagian dari pengalaman parasosial yang memperkuat

hubungan antara idola dengan penggemarnya. Pernyataan bahwa narasumber sebagai penggemar "selalu aktif komen berharap dia baca komen saya" menunjukkan rasa antusias dan keinginan untuk berinteraksi langsung dengan Bang Yedam. Meskipun penggemar tidak bisa mendapatkan respons pribadi dari Yedam setiap saat, perasaan seolah-olah idola mereka memperhatikan adalah bagian dari pengalaman parasosial yang memperkuat hubungan tersebut.



Figur 5. Komentar BY:D yang di-notice oleh Bang Yedam
(sumber: Dokumentasi Pribadi Informan, 2024)



Figur 6. Insta Story BY:D yang di-notice oleh Bang Yedam
(sumber: Dokumentasi Pribadi Informan, 2024)

Hasil analisis juga menunjukkan bahwa berdasarkan interaksi tersebut, secara tidak langsung memberikan dampak kepada para BY:D untuk saling mengenal antara satu dengan lainnya sehingga terjalin sebuah keakraban sesama fans Yedam. Bahkan tak jarang mereka juga saling membalas dan menyukai komentar sesama BY:D lainnya. Hal ini sesuai dengan yang dikatakan oleh Narasumber sebagai BY:D sebagai berikut.

“Iyaaa jadi kenal baidi-baidi (Re = BY:D) lain, ga cuma Indonesia aja tapi sampai BY:D Internasional juga sering ngobrol bareng dan saling komen.” (Wawancara narasumber 3, November 2024).

“Yaa aku tuh jadi ngerasa deket banget sesama fans. Bahkan ga cuma fans di Jakarta aja khususnya tapi di daerah-daerah lain di Indonesia, karena Yedam selalu nunjukin ke kita keramahannya kita sebagai fans juga jadi ramah banget satu sama lain. Rasanya kaya keluarga yang beda daerah aja, apalagi waktu kemarin fanmeet pertama Yedam kita jadi sering diskusi bareng tentang mau kasih apa ya ke Yedam nanti” (Wawancara narasumber 1, November 2024).

Melalui wawancara dan observasi, peneliti melihat bahwa Instagram Yedam menjadi sosial media yang paling memanjakkan para penggemarnya. Selain itu, interaksi dari masing-masing informan juga sedikit berbeda, Dimana pada Narasumber 1 dan 3 mereka cenderung melakukan interaksi secara intens dengan idolanya, sedangkan pada Narasumber 2 dan 4 mereka tidak melakukan interaksi secara intensif akan tetapi tetap mendukung dan mencoba mencari informasi mengenai Bang Yedam. Maka dari itu, hal tersebut juga secara tidak langsung mempengaruhi dan mendukung bagaimana rasa keterikatan yang dirasakan oleh masing-masing narasumber penggemar BY:D.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti menemukan bahwa interaksi parasosial antara BY:D dengan Bang Yedam terbentuk melalui tiga karakteristik utama, yaitu *Task Attraction*, *Identification Attraction*, dan *Romantic Attraction*. Penggemar BY:D dalam perilaku atau karakteristik *Task Attraction* menggambarkan bahwa mereka mengidolakan Bang Yedam karena bakat dan prestasi yang dimilikinya, terutama dalam bidang musik. Mereka menghargai kemampuan Yedam dalam menciptakan lagu dan suaranya yang unik. Karakteristik ini ditemukan dalam semua narasumber, meskipun mereka memiliki latar belakang yang berbeda dalam mengenal Yedam. Mereka juga mengagumi karya-karya Yedam yang meliputi kontribusinya dalam berbagai proyek musik.

Pada tahap *Identification Attraction*, mereka tidak terobsesi untuk menjadi seperti Yedam, namun mengikuti gaya hidupnya, membeli merchandise, serta meniru perilaku dan penampilan yang mereka anggap sebagai inspirasi. Interaksi parasosial ini mencerminkan identifikasi para penggemar terhadap Yedam sebagai panutan atau role model. Lebih lanjut, pada karakteristik *Romantic Attraction* beberapa penggemar BY:D merasakan kedekatan emosional yang lebih mendalam dengan Bang Yedam. Mereka ingin membangun hubungan dengan Yedam dan merasa lebih dekat secara emosional meskipun hubungan tersebut tidak bersifat timbal balik.

Selain itu, media sosial Instagram menjadi sarana penting dalam membangun interaksi parasosial. Bang Yedam memanfaatkan platform ini untuk berbagi kehidupan pribadi, berinteraksi dengan penggemar melalui Q&A, serta memberikan *fan service* yang lebih personal. Berdasarkan proses interaksi parasosial, penggemar Yedam membangun kedekatan dengan Yedam yang ditandai dari interaksi di kolom komentar, menyukai postingan Bang Yedam, menonton live *streaming*, memposting Bang Yedam di media sosial pribadi BY:D, dan lain sebagainya. Hal ini menciptakan kedekatan emosional yang kuat, meskipun hubungan antara Yedam dan penggemar tetap bersifat satu arah. Secara keseluruhan, interaksi parasosial

yang terjalin antara BY:D dengan Bang Yedam memperlihatkan bagaimana teknologi dan media sosial dapat memperkuat kedekatan emosional antara idola dan penggemarnya, Meskipun pada dasarnya hubungan ini tidak bersifat timbal balik. dengan adanya hubungan parasosial ini, membuat BY:D menantikan konten maupun postingan yang akan dibagikan oleh Bang Yedam.

Penelitian ini hanya berfokus pada satu teori dan 3 bentuk karakteristik dari BY:D dalam cakupan wilayah yang luas. Maka dari itu peneliti menyarankan untuk penelitian selanjutnya dapat menggunakan sampel wilayah yang lebih khusus dan berbeda dari penelitian ini sehingga ditemukan referensi yang berbeda dengan demografi yang berbeda pula. Selain itu, peneliti juga menyarankan agar penelitian selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggali interaksi parasosial pada media sosial lainnya sehingga terdapat perbandingan antara media sosial tersebut.

REFERENSI

- Aslichati, L., Prasetyo, H. I. B., & Irawan, P. (2014). *Metode Penelitian Sosial* (Edisi 1). Tangerang Selatan: Universitas Terbuka.
- Cahyono, A. S. (2017). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia. *Publiciana*, 9(1), 140-157. <https://doi.org/10.36563/publiciana.v9i1.79>
- DeVito, J. (2021). *The Interpersonal Communication Book* (16th ed.). Pearson.
- Dr. Lutfi Basit, M.I.Kom. *Lensa Gender Di Media Sosial: Meta Analisis Politisi Perempuan*. (2022). UmsulPress
https://books.google.co.id/books?id=hnyHEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Dr. Syafrida N. Febriyanti. (2023). *Anak Muda, Youtube, Dan Digital Labour*. Prenada Media
https://www.google.co.id/books/edition/Anak_Muda_Youtube_Dan_Digital_Labour/83vGEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- Fauziah, E. (2022). Pengaruh Interaksi Parasosial Terhadap Perilaku Celebrity Worship Penggemar NCT (NCTzen) Melalui Aplikasi Bubble LYSN (Skripsi). Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung, Bandar Lampung.
<http://digilib.unila.ac.id/59768/3/SKRIPSI%20TANPA%20BAB%20PEMBAHASAN.pdf>
- Fitri, D., Ruwanti, A., & Cahyani, F. I. (2024). Korean Hallyu: Kajian Parasocial Interaction Terhadap K-Popers Remaja. *International Journal of Trends in Global Psychological Science and Education*, 1(3), 1-11. <https://doi.org/10.62260/intrend.v1i3.167>
- Giles, D. C., & Stever, G. S. (2024). *Parasocial Experiences: Psychological Theory and Application*. Oxford University Press.
- Janati, F., & Pangerang, A. M. K. (2022). Fakta Bang Ye Dam dan Mashihho Keluar dari Treasure dan YG Entertainment. Retrieved November 12, 2024 from <https://www.kompas.com/hype/read/2022/11/09/102746866/fakta-bang-ye-dam-dan-mashiho-keluar-dari-treasure-dan-yg-entertainment>

- Kim, Y. (2022). Indonesia Negara Yang Paling Ramai Membicarakan K-Pop di Twitter 2021. Retrieved November 12, 2024 from https://blog.x.com/in_id/topics/insights/2022/indonesia-negara-yang-paling-ramai-membicarakan-k-pop-di-twitter
- Liliwari, A. (2017). Komunikasi antar personal (Ed. 1; Cet. 2). Jakarta: Kencana.
- Lukman, V. R., Abidin, Z., & Budhiharti, W., T. (2024). Interaksi Parasosial di Media Sosial X dan Perilaku Loyalitas Bagi NCTzen Indonesia. *Journal Of Social Science Research*, 3(4), 1-12. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>
- Mariani, M., Hidayat, D. R., & Rahmat, A. (2024). Hubungan Parasosial Antara Penggemar ARMY dan BTS di Weverse. *Journal of Communication Management*, 5(1), 1-18. <https://doi.org/10.37535/103005120242>
- Nurhayati, C., Rosyidah, I., Jamilah, J., & Kasyfiyullah. (2020). Teori Perubahan Sosial (Edisi 3). Tangerang Selatan: Universitas Terbuka.
- Oktaviani, F. (2020). Pemanfaatan Instagram sebagai Media Komunikasi Komunitas KPop (Studi Kasus pada komunitas Kpop BLINK pada akun @reaction_blackpink). *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 2(1), 239–248. www.visitkorea.or.kr
- Prof. Dr. Sugiyono. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. (2013). Alfabeta
- Rahmawati, I. C., & Hermina, C. (2024). Interaksi parasosial pada penggemar K-Pop di Kalimantan Selatan. *Jurnal Psikologi*, 1(4), 1-15. <https://doi.org/10.47134/pjp.v1i4.2821> (2018).
- Rasyid, Dr. H. A. M., S.Ag., M.Pd., M.Si., M.M. (2018). Perubahan sosial dan strategi komunikasi (Efektifitas dakwah dalam pembangunan sosial). Ponorogo: Team WADE Publish. Retrieved From https://repositori.uin-alauddin.ac.id/8722/1/8.%20BUKU_PERUBAHAN%20SOSIAL_STRATEGI%20KOMUNIKASI.pdf
- Shiefti, D. A. (2016). Media Sosial : Interaksi, Identitas, dan Modal Sosial. PrenadamediaGroup. https://books.google.co.id/books?id=z_nJDwAAQBAJ&printsec=copyright#v=onepage&q&f=false
- Sumirna, W. O., Maulana, H. F., & Ardiansah Putra, M. R. (2023). Hubungan Parasosial Antara Fangirl dan Selebriti K-Pop. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, 8(3), 1-15. <https://doi.org/10.24815/jimps.v8i3.25238>
- Wardani, E. P., & Kusuma, R. S. (2021). INTERAKSI PARASOSIAL PENGGEMAR K-POP DI MEDIA SOSIAL (Studi Kualitatif pada Fandom Army di Twitter). *Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 7(2), 243-260. https://www.researchgate.net/publication/365211474_INTERAKSI_PARASOSIAL_PENGGEMAR_K-POP_DI_MEDIA_SOSIAL_Studi_Kualitatif_pada_Fandom_Army_di_Twitter
- Zahra, S. (2019). Penggemar Budaya K-Pop: Studi Mengenai Ideologi Penggemar Budaya K-Pop Pada Fandom iKONIC di Kota Surabaya. Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Airlangga. Retrieved From

<https://repository.unair.ac.id/87550/>