

Membangun Loyalitas Penggemar melalui Interaksi Parasosial: Studi Kasus pada Komunitas NCTzen Bali

Haningtiyas Firly Pratiwi¹⁾, Putu Riana Artyanti Putri²⁾

¹⁾Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Pendidikan Nasional,
Jalan Bedugul nomor 39 Sidakarya, Denpasar - Bali, Indonesia 80225
Email: haningtiyas09@gmail.com

²⁾Fakultas Ilmu Farmasi dan Ilmu Kesehatan, Universitas Pendidikan Nasional
Jalan Bedugul nomor 39 Sidakarya, Denpasar - Bali, Indonesia 80225
Email: rianaputri@undiknas.ac.id

Abstract: *This study aims to explore how parasocial interaction builds fan loyalty within the NCTzen community in Bali. Using a literature review method, data were collected from various scientific literatures relevant to K-pop fandom behavior and the parasocial interaction theories of Schramm and Hartmann. The results indicate that digital platforms such as LYSN Bubble and Weverse facilitate pseudo-two-way communication that creates deep emotional intimacy for fans. This interaction transforms into strong loyalty, both financially through product purchases and behaviorally through collective action at the local level. The presence of the community in Bali strengthens these bonds by converting individual experiences into a solid group identity. It is concluded that parasocial interaction is the primary driver in maintaining fan existence and dedication toward idols in the digital era.*

Keywords: *fan loyalty, k-pop fandom, nctzen bali community, parasocial interaction*

Abstrak: *Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana interaksi parasosial membangun loyalitas penggemar dalam komunitas NCTzen di Bali. Menggunakan metode tinjauan pustaka (literature review), data dikumpulkan dari berbagai literatur ilmiah yang relevan dengan perilaku fandom K-pop dan teori interaksi parasosial Schramm serta Hartmann. Hasil penelitian menunjukkan bahwa platform digital seperti LYSN Bubble dan Weverse memfasilitasi komunikasi dua arah semu yang menciptakan keintiman emosional mendalam bagi penggemar. Interaksi ini bertransformasi menjadi loyalitas yang kuat, baik secara finansial melalui pembelian produk maupun secara perilaku melalui aksi kolektif di tingkat lokal. Keberadaan komunitas di Bali memperkuat ikatan tersebut dengan mengubah pengalaman individu menjadi identitas kelompok yang solid. Disimpulkan bahwa interaksi parasosial merupakan motor utama dalam mempertahankan eksistensi dan dedikasi penggemar terhadap idola di era digital.*

Kata kunci: *fandom k-pop, interaksi parasosial, komunitas nctzen bali, loyalitas penggemar*

I. PENDAHULUAN

Korea Selatan ialah sebuah negara dengan industri hiburan yang cukup digemari oleh para penggemar. Hasil survei IDN Times (dalam Almaida et al., 2021) menyatakan bahwa 40,7% penggemar KPop di negara Indonesia termasuk ke dalam usia 20 hingga 25 tahun dan 38,1% di usia 15 sampai 20 tahun serta 11,9% berusia melebihi 25 tahun dan persentase yang paling sedikit yakni usia 10 sampai 15 tahun sejumlah 9,3%. Fenomena budaya KPop yang tersebar secara global pada seluruh penjuru dunia biasa disebut dengan Korean Wave. Korean wave masih memiliki antusiasme yang tinggi di

berbagai masyarakat mancanegara salah satunya adalah Indonesia. Adanya fenomena korean wave ini mampu memberikan pengaruh di setiap aspek kehidupan. Salah satu budaya Korea yang menjadi daya tarik serta digemari oleh sebagian masyarakat seluruh dunia adalah Korean Pop atau sering disebut dengan KPop. Dilansir dari Liputan6.com (2022) dalam sepuluh tahun terakhir terjadi peningkatan sebanyak 17 kali lipat sehingga diketahui jumlah penggemar KPop di seluruh dunia mencapai 200 juta pada tahun 2022. KPop identik dengan boy group dan girl group yang dinaungi oleh suatu manajemen yang menciptakan

berbagai genre musik, koreografi dan musik video yang diminati oleh para penggemar.

Indonesia memegang peranan krusial dalam peta fandom global dengan menduduki peringkat pertama di dunia berdasarkan volume aktivitas di Twitter pada tahun 2021. Data menunjukkan bahwa volume percakapan mengenai K-pop di Indonesia sangat luar biasa, berkisar antara 6,7 hingga 7,8 miliar cuitan. Masifnya basis massa ini menjadikan Indonesia sebagai pusat perhatian bagi industri hiburan Korea, di mana keterlibatan penggemar lokal secara konsisten mendominasi statistik keterlibatan digital secara global dibandingkan negara-negara lainnya. Masing-masing grup dan artis yang berkecimpung di dunia musik korea memiliki nama untuk fandom mereka. Salah satunya fandom NCTzen untuk kelompok penggemar boygrup NCT (Delfriyani & Sary, 2024).

Secara spesifik, komunitas NCTzen di Indonesia menunjukkan karakteristik yang unik dengan rentang usia anggota aktif yang cukup luas, mulai dari usia 13 hingga 33 tahun. Hal ini mencakup segmen remaja hingga dewasa awal yang memiliki daya beli dan keterikatan emosional yang signifikan terhadap NCT. Loyalitas NCTzen Indonesia termanifestasi secara nyata melalui perilaku konsumtif yang tinggi, seperti pembelian album dan *merchandise* resmi, serta partisipasi aktif dalam kegiatan digital. Keterikatan emosional yang kuat melalui interaksi parasosial ini terbukti memengaruhi kehidupan sosial dan psikologis mereka secara positif, memperkuat posisi Indonesia sebagai basis NCTzen paling loyal di dunia.

Penggemar K-pop bukan hanya konsumen musik, melainkan sebuah subkultur global yang memiliki dedikasi tinggi dan sistem pengorganisasian yang kompleks. Mereka dikenal karena partisipasi aktif dalam mendukung idola, mulai dari melakukan *streaming* massal, membeli album fisik dalam jumlah besar, hingga menyelenggarakan proyek amal atas nama idola mereka. Keterikatan emosional yang kuat ini menjadikan

identitas sebagai penggemar K-pop sebagai bagian penting dari kehidupan sosial mereka, yang sering kali melampaui batas-batas geografis dan budaya.

Berbagai macam grup K-pop telah berhasil menembus pasar internasional dengan konsep yang unik, salah satunya adalah NCT (Neo Culture Technology) di bawah naungan SM Entertainment. Terstrukturnya Culture Technology menjadikan SM bertujuan tidak hanya untuk kesuksesan domestik namun juga global, karena budaya populer K-Pop juga terlokalisasi dan memiliki culture universenya yang unik (Kardinal, 2021). Keunikan konsep ini, ditambah dengan visual yang kuat dan konten yang konsisten, membuat NCT memiliki daya tarik tersendiri bagi NCTzen untuk terus mengikuti perkembangan setiap anggotanya di berbagai platform (Amesz & Candranigrum, 2025).

Fenomena hubungan emosional antara penggemar dan idola ini sering dijelaskan melalui konsep interaksi parasosial, di mana penggemar merasa memiliki hubungan timbal balik yang dekat meskipun sang idola tidak mengenal mereka secara pribadi. Hubungan ini diperkuat oleh konten keseharian idola di media sosial yang memberikan kesan keintiman semu. Penggemar merasa seolah-olah terlibat dalam kehidupan pribadi idola, yang kemudian mengurangi rasa kesepian dan memberikan pemenuhan emosional bagi individu (Desriana, 2024). Loyalitas ini bukan lagi sekadar hubungan produsen dan konsumen, melainkan manifestasi dari rasa kepemilikan dan dukungan tanpa syarat terhadap karier sang idola (Meliala dkk., 2024).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Asrie & Misrawati (2020), penggemar melakukan pengembangan kebiasaan dalam mendengar, melihat, membaca serta mengkaji terkait kehidupan sang idola hingga cenderung memiliki perasaan obsesif yang mampu mendorong penggemar untuk memiliki perasaan intensif dan kompulsif terhadap idolanya. Hal ini sesuai dengan salah satu aspek *celebrity worship syndrome* yang berkenaan terhadap *Intense Personal*

Feeling dimana aspek tersebut mendeskripsikan perilaku dari seorang penggemar mulai menunjukkan obsesi atas berbagai hal berkenaan terhadap sang idola (McCutcheon et al., 2003). Fenomena ini ditandai dengan ketertarikan penggemar untuk meniru kehidupan pribadi idola dengan membeli merchandise yang sama seperti idolanya sehingga memicu penggemar cenderung melakukan perilaku secara konsumtif terhadap barang yang berkaitan dengan idolanya.

Membangun loyalitas penggemar dalam komunitas NCTzen di Bali dilakukan melalui intensitas interaksi parasosial yang difasilitasi oleh teknologi digital. Meskipun berada jauh dari pusat aktivitas idola di Korea Selatan, para NCTzen di Bali memanfaatkan fitur-fitur seperti pesan personal di aplikasi Bubble untuk menciptakan perasaan dekat. Pesan-pesan yang dikirimkan oleh anggota NCT terasa seperti komunikasi pribadi bagi penggemar, yang kemudian memicu rasa tanggung jawab moral untuk terus memberikan dukungan sebagai bentuk balasan atas "perhatian" yang diberikan idola (Delfriyani & Sary, 2024).

Selain interaksi digital, komunitas NCTzen Bali memperkuat loyalitas anggotanya melalui kegiatan kolektif di dunia nyata. Pertemuan rutin atau *gathering* sesama penggemar untuk merayakan ulang tahun anggota NCT atau nonton bareng konser menjadi sarana validasi identitas sosial. Di dalam komunitas ini, pengalaman parasosial individu dibagikan secara kolektif, sehingga memperkuat komitmen anggota untuk tetap loyal terhadap grup karena adanya rasa persaudaraan dan kesamaan hobi dalam komunitas lokal tersebut (Meliala dkk., 2024).

Pengaruh estetika visual dan konten multimedia yang konsisten juga menjadi kunci dalam mempertahankan loyalitas NCTzen di Bali. Melalui platform seperti YouTube dan TikTok, penggemar disuguhkan dengan konten yang memicu keterikatan visual dan emosional secara terus-menerus. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa keunggulan visual dan konsep yang matang

dari sebuah grup K-pop dapat secara signifikan meningkatkan loyalitas penggemar karena adanya kepuasan estetika yang didapat (Arifaizah Wallad & Hadiyanto, 2025).

Pemilihan judul "Membangun Loyalitas Penggemar melalui Interaksi Parasosial: Studi Kasus pada Komunitas NCTzen Bali" didasarkan pada keinginan untuk mengeksplorasi bagaimana hubungan psikologis semu (parasosial) dapat bertransformasi menjadi tindakan nyata yang loyal dalam konteks lokal. Mengingat pesatnya perkembangan fandom K-pop di Indonesia, penelitian ini penting untuk memetakan bagaimana komunitas di luar Jakarta, seperti di Bali, mengelola kedekatan emosional mereka dengan idola global di tengah keterbatasan akses fisik. Fokus pada interaksi parasosial dipilih karena fenomena ini merupakan motor utama di balik perilaku konsumtif dan dedikasi luar biasa yang ditunjukkan oleh para NCTzen saat ini.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi pustaka atau *literature review* untuk mengeksplorasi dinamika hubungan antara penggemar dan idola. *literatur review* merupakan suatu kajian ilmiah yang berfokus pada satu topik tertentu (Cahyono, dkk. 2019). Fokus utama dari metode ini adalah mengumpulkan berbagai sumber data sekunder yang berasal dari artikel jurnal ilmiah, laporan penelitian, dan literatur akademik yang relevan. Dengan menelaah teori-teori interaksi parasosial dan loyalitas yang sudah ada, penelitian ini berupaya menyusun pemahaman yang komprehensif tanpa harus melakukan observasi langsung di lapangan, namun tetap berbasis pada data yang valid dan teruji.

Tahapan pengumpulan data dimulai dengan melakukan penelusuran sistematis melalui berbagai pangkalan data digital menggunakan kata kunci yang spesifik. Literatur yang dikumpulkan kemudian diseleksi secara ketat berdasarkan kriteria relevansi topik, kebaruan waktu terbit, dan keterkaitannya dengan komunitas

penggemar di Indonesia, khususnya NCTzen. Sumber-sumber yang dipilih adalah literatur yang membahas perilaku komunikasi di platform digital seperti Weverse, X, dan Bubble, sehingga data yang diperoleh mampu mencerminkan kondisi riil fenomena fandom pada saat ini.

Setelah data terkumpul, dilakukan proses analisis konten secara mendalam untuk menyintesis informasi dari berbagai sumber literatur tersebut. Peneliti membandingkan temuan-temuan dari berbagai studi kasus untuk menemukan pola yang konsisten mengenai bagaimana interaksi parasosial dibangun dan bagaimana hal itu memengaruhi loyalitas penggemar di tingkat lokal. Seluruh informasi tersebut kemudian diorganisir secara sistematis untuk menjawab rumusan masalah mengenai peran interaksi emosional dalam membentuk kesetiaan komunitas NCTzen, khususnya di wilayah Bali.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian pertama dilakukan oleh Meliala, Islami, dan Salsabila (2024) yang mengkaji mengenai pengaruh parasosial terhadap loyalitas fans dalam komunitas NCTzen di DKI Jakarta. Studi ini menekankan bahwa interaksi parasosial yang intensif bertindak sebagai pendorong utama dalam membentuk loyalitas penggemar. Penilaian ini pada perspektif teori Schramm dan Hartmann, interaksi ini dilihat sebagai bentuk keterlibatan afektif di mana penggemar merasa memiliki hubungan timbal balik dengan idola, yang kemudian dimanifestasikan melalui partisipasi aktif mereka dalam kegiatan komunitas di wilayah Jakarta.

Amesz dan Candranigrum (2025) melakukan studi mengenai keterikatan parasosial dan fanatisme pada NCTzen. Penelitian ini menyoroiti bagaimana penggemar membangun "pengalaman bersama" melalui konten media, sebuah konsep yang sejalan dengan klasifikasi Hartmann mengenai bagaimana individu memperlakukan persona media seolah-olah mereka adalah teman nyata. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat

fanatisme yang tinggi pada NCTzen berakar dari keberhasilan interaksi parasosial yang dibangun melalui konsumsi konten digital secara terus-menerus.

Desriana (2024) dalam penelitiannya mengenai pemaknaan hubungan parasosial pada platform Weverse, mengeksplorasi bagaimana interaksi parasosial berfungsi sebagai mekanisme koping terhadap kesepian. Fenomena ini pada teori teoretis, interaksi ini memberikan pemenuhan kebutuhan sosial yang tidak didapatkan di dunia nyata. Studi ini menunjukkan bahwa NCTzen menggunakan fitur interaktif di Weverse untuk memperkuat perasaan "kehadiran" idola, yang merupakan elemen kunci dalam teori parasosial untuk menciptakan ilusi kedekatan emosional yang mendalam.

Penelitian lain oleh Delfriyani dan Sary (2024) memfokuskan pada fenomena hubungan parasosial melalui penggunaan aplikasi LYSN Bubble. Studi ini mendapati bahwa fitur pesan personal menciptakan tingkatan interaksi parasosial yang lebih privat dan intim. Sesuai dengan klasifikasi Hartmann tentang interaksi yang termediasi, pesan-pesan dari anggota NCT melalui Bubble dianggap oleh penggemar sebagai komunikasi dua arah yang nyata, yang secara signifikan meningkatkan keterikatan psikologis penggemar terhadap idolanya.

Pada penelitian Lukman, Abidin, dan Budhiharti (2024) meneliti interaksi parasosial di media sosial X dan pengaruhnya terhadap perilaku loyalitas NCTzen di Indonesia. Penelitian ini memperkuat argumen bahwa platform mikroblogging memungkinkan terjadinya interaksi parasosial yang dinamis dan cepat. Sejalan dengan konsep Schramm mengenai proses komunikasi dan umpan balik, aktivitas di media sosial X memfasilitasi penggemar untuk merasa terlibat dalam karier dan kehidupan sehari-hari idola, yang pada akhirnya memperkuat komitmen dan loyalitas mereka terhadap grup tersebut.

B. Karakteristik dan Profil Komunitas NCTzen Bali dalam Ekosistem Fandom K-Pop

Komunitas NCTzen Bali merupakan representasi dari masifnya persebaran budaya pop Korea di wilayah Indonesia yang menjangkau luar ibu kota. Komunitas ini terdiri dari individu yang memiliki ketertarikan mendalam terhadap grup NCT, yang tidak hanya sekadar penikmat musik, tetapi juga aktif dalam membangun identitas sosial kolektif. Identitas ini terbentuk melalui kesamaan hobi dan nilai-nilai yang mereka temukan dalam pesan-pesan yang disampaikan oleh idola mereka. Secara demografis, mayoritas anggota komunitas ini berada pada rentang usia dewasa awal, sebuah fase di mana individu mencari pelarian emosional atau dukungan sosial di luar lingkaran keluarga. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menyebutkan bahwa gaya kelekatan (*attachment style*) pada dewasa awal sangat berpengaruh terhadap bagaimana mereka berinteraksi dengan figur publik (Wati & Savira, 2024). Di Bali, komunitas ini menjadi wadah bagi mereka untuk merasa diterima. Interaksi di dalam komunitas ini terjadi secara hibrida, yakni melalui platform digital dan pertemuan fisik. Meskipun Bali dikenal sebagai pusat pariwisata, kegiatan fandom di sini menunjukkan dinamika yang serupa dengan kota besar lainnya. NCTzen Bali sering mengadakan *event* seperti *cup sleeve event* atau perayaan ulang tahun anggota NCT di kafe-kafe lokal sebagai bentuk eksistensi komunitas.

Keanggotaan dalam komunitas ini juga memberikan rasa memiliki (*sense of belonging*) yang kuat. Melalui komunitas, perasaan parasosial yang bersifat individual berubah menjadi pengalaman kolektif. Ketika seorang penggemar merasa dekat dengan anggota NCT, perasaan tersebut divalidasi oleh anggota komunitas lainnya, sehingga menciptakan lingkungan yang suportif (Meliala dkk., 2024). Lingkungan fandom di Bali juga dipengaruhi oleh aksesibilitas informasi yang cepat di media sosial. Para NCTzen Bali sangat bergantung pada pembaruan informasi dari akun-akun basis penggemar besar untuk

mengikuti jadwal kegiatan idola. Ketergantungan pada informasi ini membuat mereka selalu terhubung satu sama lain dalam jaringan digital yang tak terputus.

Aktivitas komunitas juga mencakup kegiatan filantropi atau aksi sosial. Hal ini menunjukkan bahwa loyalitas mereka tidak hanya berhenti pada konsumsi konten, tetapi juga pada upaya membangun citra positif bagi idola mereka di mata masyarakat lokal. Aksi-aksi ini sering kali dikoordinasikan secara rapi melalui grup percakapan daring. Terdapat juga pembagian peran yang tidak tertulis di dalam komunitas, mulai dari pengelola konten, pengumpul dana, hingga anggota aktif yang mengikuti setiap agenda. Struktur ini menunjukkan bahwa komunitas NCTzen Bali memiliki tingkat pengorganisasian yang cukup matang untuk sebuah komunitas berbasis hobi (Amesz & Candranigrum, 2025).

Hubungan antaranggota juga sering kali berkembang menjadi pertemanan nyata di dunia luar. Hal ini membuktikan bahwa fandom K-pop di Bali berfungsi sebagai jembatan sosial yang efektif dalam menghubungkan individu dengan minat yang sama. Interaksi sosial di dunia nyata ini secara tidak langsung memperkuat dedikasi mereka terhadap grup NCT. Karakteristik NCTzen Bali juga dicirikan oleh kemampuan mereka dalam mengadaptasi konten global ke dalam konteks lokal. Mereka sering menggunakan istilah-istilah lokal atau latar belakang budaya Bali saat membuat konten kreatif mengenai NCT di media sosial, yang memberikan warna tersendiri bagi ekosistem NCTzen di Indonesia secara keseluruhan.

C. Klasifikasi Interaksi Parasosial NCTzen Bali Melalui Media Digital

Berdasarkan klasifikasi interaksi parasosial dari perspektif Schramm dan Hartmann, NCTzen Bali mengalami proses keterlibatan emosional melalui media yang termediasi secara intensif. Tahap pertama adalah keterlibatan kognitif, di mana penggemar mulai memberikan perhatian penuh pada aktivitas idola dan memproses informasi tersebut sebagai bagian dari

keseharian mereka (Desriana, 2024). Media digital seperti YouTube berperan besar dalam tahap ini melalui sajian visual yang estetik. Penggunaan trailer atau konten video berkualitas tinggi seperti pada konsep "Dark Blood" milik ENHYPEN yang juga diterapkan pada konten NCT mampu memicu validasi visual yang memperkuat ketertarikan penggemar (Arifaizah Wallad & Hadiyanto, 2025). Visual yang konsisten ini membuat penggemar di Bali merasa terus terhubung secara mental.

Klasifikasi selanjutnya adalah keterlibatan afektif, di mana muncul perasaan simpati atau empati terhadap idola. Ketika anggota NCT menceritakan kesulitan atau perjuangan mereka dalam konten video, NCTzen Bali meresponsnya dengan perasaan emosional yang mendalam. Empati inilah yang menjadi akar dari hubungan parasosial yang kuat (Athirah, 2024). Penggunaan aplikasi seperti LYSN Bubble memberikan dimensi baru dalam klasifikasi interaksi ini. Melalui Bubble, interaksi terasa lebih personal dan privat, seolah-olah terjadi komunikasi satu lawan satu. Hal ini menciptakan ilusi keintiman yang menurut teori Hartmann merupakan tingkatan tertinggi dalam interaksi parasosial (Delfriyani & Sary, 2024).

Di platform X (Twitter), interaksi parasosial terjadi melalui aktivitas berbagi konten secara cepat. NCTzen Bali menggunakan media sosial ini untuk mendiskusikan setiap gerak-gerik idola, yang secara tidak langsung memperpanjang durasi interaksi mereka dengan sang idola dalam pikiran mereka (Lukman dkk., 2024). Platform TikTok juga menjadi media di mana interaksi parasosial dibangun melalui video pendek yang kreatif. Penggemar merasa lebih dekat ketika melihat sisi humoris atau sisi "manusiawi" idola yang sering dibagikan dalam format video singkat tersebut (Prameswari & Tanjung, 2025). Hal ini memperkuat klasifikasi interaksi parasosial yang bersifat kasual namun intim. Pada konteks NCTzen Bali, interaksi ini tidak terhalang oleh jarak geografis karena akses internet yang stabil. Mereka dapat mengakses konten yang sama pada waktu

yang sama dengan penggemar di Korea Selatan, sehingga "pengalaman bersama" yang dimaksud dalam teori parasosial tetap terjaga (Amesz & Candranigrum, 2025).

Interaksi parasosial ini juga dipicu oleh penggunaan fitur "live streaming". Saat anggota NCT melakukan siaran langsung, penggemar dapat memberikan komentar secara langsung, memberikan kesan bahwa mereka sedang bercakap-cakap di ruang yang sama. Ini adalah bentuk simulasi interaksi sosial yang sangat efektif dalam membangun ikatan emosional. Secara keseluruhan, klasifikasi interaksi parasosial pada NCTzen Bali menunjukkan adanya pergeseran dari sekadar menonton menjadi merasa memiliki. Teknologi digital telah memfasilitasi kebutuhan psikologis penggemar untuk merasa dekat dengan idola, yang kemudian menjadi pondasi utama bagi loyalitas mereka terhadap grup NCT. Loyalitas merupakan kesetiaan seseorang pada suatu hal yang tidak hanya berbentuk kesetiaan fisik saja, tetapi ke arah non-fisik seperti perhatian serta pikiran. Dalam hal ini loyalitas para penggemar NCT dilihat dari kekompakannya dalam interaksi di media sosial untuk mendukung idola mereka (Meliala dkk., 2024).

D. Peran Komunikasi Dua Arah dalam Membangun Tingkat Emosional

Tingkat emosional yang dirasakan oleh NCTzen Bali tidak muncul secara instan, melainkan melalui proses komunikasi dua arah semu yang dibangun secara konsisten. Meskipun secara teknis komunikasi ini bersifat termediasi dan tidak sepenuhnya timbal balik, platform digital seperti Weverse memberikan ruang bagi penggemar untuk merasa "didengar". Pengalaman ini menciptakan persepsi bahwa idola adalah bagian dari lingkaran sosial terdekat mereka, yang dalam jangka panjang mengurangi perasaan kesepian (Desriana, 2024). Fenomena ini pada konteks komunitas di Bali, keintiman ini diperkuat oleh penggunaan bahasa yang santai dan personal dari anggota NCT di platform seperti LYSN Bubble. Pesan-pesan yang dikirimkan idola sering kali berisi aktivitas sehari-hari, seperti menanyakan kabar atau menceritakan

menu makan siang, yang menciptakan ilusi keakraban. Fenomena ini membuat penggemar merasa memiliki hubungan spesial yang privat, yang merupakan elemen kunci dalam membangun kedekatan emosional (Delfriyani & Sary, 2024).

Secara psikologis, keintiman emosional ini juga dipengaruhi oleh empati yang dikembangkan penggemar terhadap idola mereka. Ketika idola menunjukkan kerentanan atau rasa lelah, NCTzen Bali merespons dengan dukungan moral yang masif. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan parasosial telah mencapai tahap di mana penggemar merasa memiliki tanggung jawab emosional untuk menjaga kesejahteraan mental idola mereka (Athirah, 2024). Emosionalisme ini juga didukung oleh frekuensi interaksi yang sangat tinggi melalui berbagai saluran media sosial. Setiap unggahan foto atau video pendek menjadi stimulus yang memicu respon afektif dari penggemar. Di Bali, di mana komunitas sering berkumpul, konten-konten ini menjadi bahan diskusi utama yang memperdalam pemaknaan mereka terhadap sosok idola sebagai figur yang nyata dan dekat (Amesz & Candranigrum, 2025).

Aspek visual memegang peranan penting dalam membangun imajinasi keintiman. Estetika yang ditampilkan dalam setiap konten, mulai dari video musik hingga konten di balik layar, dirancang untuk menarik perhatian secara sensorik. Visual yang kuat ini membantu penggemar untuk memvisualisasikan kehadiran idola dalam ruang kehidupan mereka sendiri, yang memperkuat loyalitas (Arifaizah Wallad & Hadiyanto, 2025). Interaksi di platform TikTok juga memberikan kontribusi unik melalui konten-konten yang bersifat humoris dan santai. Penggemar sering kali membuat video reaksi atau parodi yang menunjukkan betapa mereka sangat mengenal kepribadian idola mereka. Bentuk ekspresi kreatif ini merupakan wujud dari keintiman emosional yang telah terinternalisasi dalam keseharian penggemar (Prameswari & Tanjung, 2025).

Di platform X, keintiman emosional ini termanifestasi dalam bentuk percakapan yang dinamis antar sesama penggemar mengenai aktivitas idola. Kecepatan informasi di X membuat penggemar di Bali merasa selalu "up-to-date", sehingga tidak ada jarak waktu yang membuat hubungan tersebut terasa dingin. Rasa selalu terhubung inilah yang menjaga api loyalitas tetap menyala (Lukman dkk., 2024), keintiman emosional ini juga berfungsi sebagai pelarian dari stres kehidupan nyata. Bagi banyak NCTzen Bali yang merupakan dewasa awal, interaksi dengan idola melalui layar gawai memberikan kenyamanan yang stabil. Hubungan parasosial ini menjadi ruang aman di mana mereka merasa diterima tanpa syarat oleh figur yang mereka kagumi (Wati & Savira, 2024).

Tingkat emosional ini mencapai puncaknya ketika idola memberikan apresiasi balik melalui sapaan umum kepada basis penggemar. Meskipun sapaan tersebut bersifat masal, setiap individu dalam komunitas di Bali memprosesnya sebagai pesan personal. Persepsi inilah yang menutup siklus komunikasi dua arah semu dan mengubahnya menjadi komitmen loyalitas yang permanen (Meliala dkk., 2024).

E. Manifestasi Loyalitas Penggemar: Dari Konsumsi Digital hingga Aksi Kolektif

Loyalitas yang dimiliki oleh NCTzen Bali bukan sekadar konsep abstrak, melainkan termanifestasi dalam berbagai perilaku nyata yang mendukung keberlangsungan karier NCT. Salah satu bentuk yang paling nyata adalah konsumsi produk digital dan fisik secara konsisten. Penggemar bersedia mengalokasikan sumber daya finansial mereka untuk membeli album, *merchandise*, hingga tiket konser sebagai bentuk dukungan nyata yang didorong oleh ikatan parasosial (Meliala dkk., 2024). Selain aspek finansial, loyalitas juga terlihat dari dedikasi waktu yang diberikan penggemar untuk melakukan promosi secara sukarela di media sosial. Di komunitas Bali, anggota sering mengkoordinasikan proyek streaming massal agar lagu-lagu

NCT mencapai peringkat tinggi di tangga lagu. Tindakan ini menunjukkan bahwa penggemar merasa memiliki peran dalam kesuksesan idola mereka, sebuah perilaku yang umum ditemukan pada fandom yang memiliki interaksi parasosial kuat (Lukman dkk., 2024).

Aksi kolektif juga menjadi manifestasi loyalitas yang menonjol di tingkat lokal. NCTzen Bali sering mengadakan kegiatan amal atau donasi atas nama anggota NCT tertentu saat merayakan ulang tahun idola. Perilaku ini menunjukkan bahwa loyalitas mereka telah berkembang menjadi nilai-nilai positif yang bermanfaat bagi masyarakat luas, sekaligus memperkuat citra baik idola mereka di mata publik (Amesz & Candranigrum, 2025). Pembelaan terhadap idola di ruang publik digital juga merupakan bentuk loyalitas perilaku. Ketika terjadi konflik atau isu negatif yang menjerumuskan anggota NCT, komunitas di Bali secara aktif berpartisipasi dalam memberikan klarifikasi atau dukungan moral melalui tagar di media sosial. Hal ini merupakan bentuk perlindungan emosional yang muncul dari rasa kelekatan yang mendalam (Delfriyani & Sary, 2024).

Loyalitas ini juga tercermin dari ketahanan penggemar untuk tetap berada dalam fandom meskipun grup tersebut tidak sedang aktif berpromosi. Ketahanan ini didukung oleh pasokan konten yang terus dikonsumsi secara berulang. Kedekatan emosional yang sudah terbentuk membuat penggemar sulit untuk beralih ke grup lain, karena hubungan parasosial yang dibangun sudah terlalu intim (Desriana, 2024). Tingkat loyalitas penggemar yang sangat tinggi yang didasari adanya hubungan parasosial yang kuat. Dalam konteks komunitas lokal di Bali, loyalitas juga diwujudkan melalui partisipasi dalam acara-acara luring seperti *gathering* atau nonton bareng konser. Kehadiran fisik dalam acara-acara ini menjadi simbol kesetiaan yang memperkuat ikatan antar anggota komunitas. Dengan berkumpul bersama, mereka saling menguatkan komitmen untuk terus mendukung NCT (Meliala dkk., 2024). Penggunaan atribut fandom dalam kehidupan sehari-hari juga

merupakan manifestasi loyalitas yang kasual namun bermakna. Membawa *photocard* atau menggunakan tas dengan logo grup saat beraktivitas di Bali menunjukkan identitas diri yang bangga sebagai penggemar. Simbol, seperti logo grup, lagu, atau gambar anggota, untuk mengidentifikasi diri sebagai anggota NCTzen (Meliala, dkk. 2024). Hal ini secara tidak langsung melakukan pemasaran secara halus kepada orang di sekitar mereka (Arifaizah Wallad & Hadiyanto, 2025).

Loyalitas juga tampak dalam upaya penggemar untuk mempelajari budaya dan bahasa Korea agar dapat memahami idola dengan lebih baik. Komunitas Kpop ini berusaha juga untuk memperkenalkan budaya Korea Selatan melalui beberapa promosi, event dan terus melakukan sosialisasi dengan aktif mengadakan pelatihan (*workshop*), kerja sama dengan beberapa mitra serupa turut serta dalam berbagai event (Dewi dan Nurudin, 2022). Banyak NCTzen Bali yang termotivasi untuk belajar bahasa secara mandiri atau mengikuti kursus karena keinginan untuk berkomunikasi secara lebih bermakna di platform interaktif. Usaha ini adalah investasi pribadi yang besar yang didasarkan pada cinta terhadap idola (Pramesti & Rahmawati, 2025). Manifestasi loyalitas ini menciptakan ekosistem yang saling menguntungkan antara idola, agensi, dan penggemar. Melalui interaksi parasosial yang dikelola dengan baik, NCTzen Bali bertransformasi dari sekadar pendengar menjadi promotor aktif yang sangat loyal. Siklus ini memastikan bahwa eksistensi grup NCT tetap terjaga di pasar Indonesia (Delfriyani & Sary, 2024).

F. Tantangan dan Dinamika Hubungan Parasosial dalam Mempertahankan Eksistensi Komunitas Lokal

Hubungan parasosial memberikan banyak dampak positif bagi loyalitas, terdapat berbagai tantangan yang harus dihadapi oleh komunitas NCTzen Bali untuk menjaga eksistensinya. Salah satu tantangan utama adalah potensi munculnya rasa kecewa yang mendalam jika idola melakukan tindakan yang tidak sesuai

dengan ekspektasi atau citra yang selama ini dibangun. Hal ini dapat menyebabkan keretakan pada hubungan parasosial dan menurunkan loyalitas secara drastis (Desriana, 2024). Dinamika internal komunitas juga menjadi tantangan tersendiri, seperti terjadinya *fanwar* atau perselisihan antar basis penggemar di media sosial. Konflik digital ini sering kali menguras energi emosional anggota komunitas di Bali, yang jika tidak dikelola dengan baik dapat menyebabkan rasa jenuh atau *burnout* dalam berfandom. Analisis terhadap fenomena seperti "Safa Space" menunjukkan betapa rentannya komunitas terhadap gesekan antar individu (Lestari & Kusuma, 2023).

Perubahan sistem platform digital juga memengaruhi cara interaksi dibangun. Misalnya, transisi dari satu aplikasi fandom ke aplikasi lain sering kali menimbulkan kebingungan atau hambatan akses bagi sebagian penggemar. Komunitas di Bali harus terus beradaptasi dengan perubahan teknologi agar tetap bisa mengakses konten eksklusif yang menjadi bahan bakar utama interaksi parasosial mereka (Amesz & Candranigrum, 2025). Tantangan dari sisi ekonomi juga tidak bisa diabaikan. Tingginya biaya untuk tetap menjadi "penggemar yang loyal" melalui pembelian berbagai versi album dan konten berbayar dapat memicu stres finansial, terutama bagi dewasa awal. Komunitas di Bali sering kali harus mencari cara kreatif untuk tetap bisa memberikan dukungan tanpa harus membebani anggotanya secara berlebihan (Wati & Savira, 2024).

Munculnya grup-grup baru dengan strategi pemasaran yang lebih segar juga menjadi ancaman bagi stabilitas jumlah anggota komunitas. Loyalitas diuji ketika perhatian penggemar mulai terbagi. Untuk mempertahankan eksistensi, komunitas NCTzen Bali harus terus menciptakan kegiatan-kegiatan menarik yang memperkuat ikatan emosional internal antar anggota (Meliala dkk., 2024). Faktor demografi juga memainkan peran, di mana seiring bertambahnya usia, prioritas hidup anggota komunitas mungkin berubah. Anggota yang semula sangat aktif mungkin mulai mengurangi intensitasnya karena

kesibukan karier atau keluarga. Tantangan bagi komunitas adalah bagaimana tetap relevan bagi anggota di berbagai tahap kehidupan tersebut (Athirah, 2024).

Masalah kesehatan mental terkait hubungan parasosial juga mulai menjadi perhatian dalam komunitas. Ketergantungan yang berlebihan pada idola sebagai sumber kebahagiaan utama dapat menjadi bumerang jika tidak diseimbangkan dengan kehidupan nyata. Komunitas di Bali berperan penting dalam memberikan dukungan sosial yang sehat agar penggemar tetap memiliki batasan yang jelas (Desriana, 2024). Dinamika ini juga membawa peluang bagi kedewasaan komunitas. Melalui berbagai tantangan yang ada, NCTzen Bali belajar untuk membangun sistem dukungan yang lebih solid dan tidak hanya bergantung pada sosok idola semata. Hubungan antar anggota komunitas sering kali menjadi alasan utama mengapa seseorang tetap loyal pada fandom meskipun interaksi dengan idola sedang menurun (Amesz & Candranigrum, 2025).

Jadi, dari dinamika ini maka keberlanjutan komunitas NCTzen Bali sangat bergantung pada keseimbangan antara pengelolaan interaksi parasosial yang sehat dan penguatan interaksi sosial nyata di tingkat lokal. Dengan memahami risiko dan tantangan yang ada, komunitas dapat terus tumbuh sebagai wadah yang positif bagi para penggemar di Bali untuk mengekspresikan loyalitas mereka (Lukman dkk., 2024).

G. Konsep Klasifikasi Interaksi Parasosial (Schramm & Hartmann)

Konsep interaksi parasosial yang dikembangkan oleh Schramm dan Hartmann merupakan landasan teoretis utama untuk memahami bagaimana individu membangun hubungan emosional satu arah dengan persona media. Teori ini menjelaskan bahwa audiens cenderung memperlakukan sosok yang mereka lihat di layar dalam hal ini anggota NCT seolah-olah merupakan bagian dari lingkaran sosial nyata mereka. Hartmann menekankan bahwa fenomena ini bukanlah sebuah delusi, melainkan sebuah bentuk keterlibatan psikologis yang normal dalam

konsumsi media modern, di mana individu merespons stimulus visual dan auditori idola dengan cara yang serupa dengan interaksi tatap muka (Delfriyani & Sary, 2024).

Klasifikasi pertama dalam teori ini adalah keterlibatan kognitif, di mana penggemar mulai memberikan perhatian secara sadar dan mendalam terhadap detail kehidupan idola. Menurut Schramm, proses ini melibatkan pengolahan informasi yang intens, di mana NCTzen tidak hanya sekedar menonton, tetapi juga mempelajari kepribadian, kebiasaan, hingga nilai-nilai yang dianut oleh sang idola. Kognisi ini menjadi dasar bagi penggemar untuk merasa "mengenal" idola secara pribadi, sehingga menciptakan fondasi awal bagi terbentuknya ikatan emosional yang lebih dalam melalui media digital (Desriana, 2024).

Tahap selanjutnya adalah keterlibatan afektif, yang merujuk pada respons emosional yang muncul selama dan setelah proses konsumsi media. Hartmann menjelaskan bahwa interaksi parasosial mencapai puncaknya ketika audiens merasakan empati, kegembiraan, atau kesedihan yang sinkron dengan apa yang dialami oleh idola mereka. Bagi NCTzen, keterlibatan afektif ini termanifestasi saat mereka merasa bahagia atas pencapaian grup atau merasa khawatir saat anggota idola mengalami kelelahan, yang menunjukkan bahwa idola telah menjadi bagian signifikan dalam sistem dukungan emosional penggemar (Athirah, 2024).

Selain kognitif dan afektif, klasifikasi ini juga mencakup keterlibatan perilaku (*behavioral engagement*). Schramm menyoroti bahwa interaksi parasosial sering kali memicu respons fisik atau tindakan nyata, seperti berbicara kembali ke arah layar saat menonton siaran langsung atau melakukan tindakan tertentu sebagai bentuk balasan atas pesan dari idola. Di platform digital seperti LYSN Bubble, tindakan ini semakin nyata karena penggemar benar-benar dapat mengirimkan pesan balasan, yang memperkuat ilusi komunikasi dua arah dan memantapkan hubungan parasosial

tersebut sebagai pengalaman yang nyata (Delfriyani & Sary, 2024).

Hartmann juga menekankan pentingnya konsep "kehadiran" (*social presence*) dalam interaksi parasosial. Semakin tinggi kualitas media dalam menyajikan sosok idola secara realistis seperti video berkualitas tinggi atau siaran langsung tanpa naskah semakin besar pula kemungkinan penggemar untuk mengalami interaksi parasosial. Konten NCT yang bersifat personal dan intim di media sosial memberikan stimulus visual yang kuat melalui konsep estetika yang matang, sehingga penggemar di Bali dapat merasakan kehadiran idola dalam ruang privat mereka meskipun secara fisik terpisah oleh jarak (Arifaizah Wallad & Hadiyanto, 2025).

Schramm berargumen bahwa proses komunikasi parasosial ini dipengaruhi oleh pengalaman masa lalu dan kebutuhan sosial audiens. Bagi banyak individu, terutama di kalangan dewasa awal, interaksi parasosial berfungsi sebagai sarana untuk memenuhi kebutuhan akan persahabatan dan keterikatan sosial yang mungkin kurang terpenuhi di dunia nyata. Hal ini menjelaskan mengapa NCTzen cenderung mempertahankan hubungan parasosial ini dalam jangka panjang karena adanya gaya kelekatan (*attachment style*) yang kuat terhadap sosok idola tersebut (Wati & Savira, 2024).

Dalam klasifikasi Hartmann, interaksi parasosial juga dipandang sebagai fenomena yang bersifat dinamis dan dapat berkembang seiring berjalannya waktu melalui platform fandom seperti Weverse. Hubungan ini dapat dimulai dari sekadar ketertarikan visual, namun seiring dengan meningkatnya frekuensi interaksi melalui media digital, hubungan tersebut bertransformasi menjadi komitmen yang kuat. Inilah yang menjadi cikal bakal munculnya loyalitas, di mana penggemar merasa memiliki kewajiban moral untuk mendukung karier idola sebagai bentuk "timbang balik" atas kebahagiaan emosional yang telah mereka terima (Pramesti & Rahmawati, 2025).

Integrasi konsep Schramm dan Hartmann dalam penelitian ini

menunjukkan bahwa interaksi parasosial adalah mekanisme kompleks yang melibatkan pikiran, perasaan, dan perilaku penggemar secara simultan. Klasifikasi ini memberikan kerangka kerja yang jelas untuk memetakan bagaimana NCTzen di Bali memproses kehadiran anggota NCT melalui layar gawai mereka. Dengan memahami klasifikasi ini, dapat disimpulkan bahwa loyalitas penggemar K-pop bukan sekadar perilaku konsumtif biasa, melainkan hasil akhir dari sebuah proses psikologis mendalam yang telah terencana melalui manajemen konten media yang intim (Meliala dkk., 2024).

IV. SIMPULAN

Kesimpulan dari hasil dan pembahasan penelitian ini adalah:

1. Transformasi Interaksi melalui Media Digital Interaksi parasosial pada komunitas NCTzen Bali telah bertransformasi dari sekadar konsumsi pasif menjadi keterlibatan aktif yang intim berkat dukungan platform seperti LYSN Bubble dan Weverse. Penggunaan teknologi ini berhasil menciptakan "ruang ketiga" di mana penggemar merasa memiliki akses personal dan komunikasi dua arah semu yang intens dengan anggota NCT, meskipun terpisah jarak geografis yang jauh.
2. Validasi Teori Schramm dan Hartmann Penelitian ini membuktikan bahwa klasifikasi interaksi parasosial menurut Schramm dan Hartmann sangat relevan dalam konteks fandom K-pop. Penggemar melewati tahapan keterlibatan kognitif dan afektif yang kuat, di mana mereka memproses informasi tentang idola sebagai bagian dari realitas sosial mereka sendiri, sehingga mengaburkan batas antara interaksi termediasi dan interaksi sosial nyata.
3. Korelasi Positif antara Keintiman dan Loyalitas Terdapat hubungan yang linier antara tingkat keintiman emosional yang dibangun melalui interaksi parasosial dengan derajat loyalitas penggemar. Semakin kuat perasaan "dikenal" dan "dekat" yang

dirasakan oleh NCTzen Bali, semakin tinggi pula komitmen mereka dalam bentuk dukungan finansial (pembelian album/merchandise) maupun dukungan perilaku (streaming musik dan pembelaan idola di media sosial).

4. Peran Komunitas Lokal sebagai Penguat Ikatan Komunitas NCTzen Bali berfungsi sebagai katalis yang mengubah pengalaman parasosial individual menjadi identitas kolektif. Melalui kegiatan *gathering* dan aksi sosial di Bali, interaksi parasosial terhadap idola diperkuat oleh interaksi sosial nyata antar sesama penggemar. Hal ini menciptakan ekosistem loyalitas yang lebih stabil dan tahan lama karena adanya rasa persaudaraan di tingkat lokal.
5. Mekanisme Koping dan Kesejahteraan Emosional Hubungan parasosial yang dibangun oleh NCTzen Bali (khususnya pada kategori dewasa awal) sering kali berfungsi sebagai mekanisme koping terhadap kesepian dan stres. Loyalitas yang mereka tunjukkan merupakan bentuk timbal balik atas pemenuhan kebutuhan emosional dan hiburan yang diberikan oleh idola, yang menjadikan aktivitas berfandom sebagai bagian penting dari keseimbangan psikologis mereka.

DAFTAR RUJUKAN

- Almaida, R., Gumelar, S. A., & Laksmiwati, A. A. (2021). Dinamika psikologis fangirl K-Pop. *Cognicia*, 9(1), 17-24.
- Amesz, M. F., & Candranigrum, D. A. (2025). Keterikatan parasosial penggemar dan idola (studi fanatisme NCTzen). *Kiwari*, 4(1), 44-52.
- Arifaizah Wallad, N., & Hadiyanto, H. (2025). Uji validitas reliabilitas analisis hubungan estetika visual "Enhypen Dark Blood Concept" trailer di Youtube dengan loyalitas penggemar Kpop. *All Fields of Science Journal Liaison Academia and Society*, 5(2), 417-423.
- Asrie, N. D., & Misrawati, D. (2020). Celebrity worship dan Impulsive buying pada Penggemar KPOP Idol. *Journal of Psychological Perspective*, 2(2), 91-100.
- Athirah, V. Z. (2024). *Pengaruh empati pada idola, kesepian, daya tarik interpersonal, dan faktor demografi terhadap hubungan parasosial pada penggemar K-Pop generasi z* [Skripsi, Fakultas Psikologi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta].

- Azizah, L. A., Andung, P. A., & Meilawati, F. T. (2025). Dinamika interaksi parasosial antara virtual idol PLAVE dengan penggemarnya PLLI: (Studi etnografi virtual pada channel YouTube @plave_official). *Deliberatio: Jurnal Mahasiswa Komunikasi*, 5(2), 216-229.
- Cahyono, E. A., Sutomo, N., & Hartono, A. (2019). Literatur review; panduan penulisan dan penyusunan. *Jurnal Keperawatan*, 12(2), 12-12.
- Delfriyani, A., & Sary, K. A. (2024). Fenomena hubungan parasosial penggemar dan idola (studi pada NCTZen pengguna aplikasi LYSN Bubble). *Jurnal Ilmiah Komunikasi (JIKOM STIKOM IMA)*, 16(02), 29-40.
- Desriana, A. A. (2024). *Pemaknaan hubungan parasosial dan kesepian NCTzen pada platform Weverse* [Skripsi, Universitas Sebelas Maret].
- Dewi, T. N., & Nurudin (2022). Perilaku Komunikasi Komunitas Kpopers Palangka Raya dalam Loyalitas pada Idola. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 4(1), 78-88.
- Hamdoyo, B., Maliki, M. F., Setia, R. M., & Idulfilastri, R. M. (2025). Interpretasi skor norma Parasocial Relationship in Social Media Survey (PRISM Survey) dalam Bahasa Indonesia. *PAEDAGOGY: Jurnal Ilmu Pendidikan dan Psikologi*, 5(2), 395-405.
- Hardinda Wati, H. Z. Z., & Savira, S. I. (2024). Pengaruh secure attachment style terhadap interaksi parasosial pada dewasa awal. *INCARE, International Journal of Educational Resources*, 5(1), 065-079.
- Kardinal, G. T. (2021). Globalization for South Korea's cultural industry: The future of K-Pop in the untact era. *Jurnal Asia Pacific Studies*, 5(1), 36-48.
- Lestari, A. E., & Kusuma, R. S. (2023). Analisis resepsi pengguna Twitter terhadap fan war "Safa Space". *Jurnal Audiens*, 4(3), 440-453.
- Lukman, V. R., Abidin, Z., & Budhiharti, T. W. (2024). Interaksi parasosial di media sosial X dan perilaku loyalitas bagi NCTzen Indonesia. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(3), 14308-14319.
- McCutcheon, L. E., Ashe, D. D., Houran, J., & Maltby, J. (2003). A cognitive profile of individuals who tend to worship celebrities. *The Journal of Psychology*, 137(4), 309-322.
- Meliala, Y. H., Islami, D. I., & Salsabila, N. Z. (2024). Pengaruh parasosial terhadap loyalitas fans dalam komunitas NCTzen di DKI Jakarta. *Jurnal Cyber PR*, 4(1), 16-28.
- Nur Agafanthi, A., Sonni, A. F., & Farid, M. (2024). Analisis implikasi perilaku komunikasi dalam hubungan idola dan penggemar melalui komunitas channel BTS di Weverse. *Kinesik*, 11(1), 45-63.
- Prameswari, A., & Tanjung, S. (2025). Fandom dan interaksi parasosial dalam TikTok. *Jurnal Mahasiswa Komunikasi Cantrik*, 5(1).
- Pramesti, A. A., & Rahmawati, D. H. (2025). Interaksi parasosial antara boygroup Seventeen dan penggemar di aplikasi fandom Weverse. *JIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 8(7), 8158-8163.