



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 5 No. 2 (2026) pp: 10913-10920

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Komunikasi Interpersonal yang Dimediasi Komputer (CMC): Interaksi Member Treasure dan Treasure Maker pada Platform Weverse

Uthlifatu Zaen¹, Fifi Novianty²

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Terbuka¹

Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon²

uthlifatuz@gmail.com¹, noviafifi.nf@gmail.com²

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara manusia berkomunikasi, termasuk pola interaksi antara idola K-Pop dan penggemarnya. Penelitian ini mengkaji komunikasi interpersonal yang dimediasi komputer (Computer-Mediated Communication/CMC) antara member grup Treasure dan komunitas penggemarnya, Treasure Maker, pada platform Weverse. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi karakteristik CMC yang terbentuk di Weverse, menganalisis dimensi self-disclosure dalam interaksi idol-fans, serta mengkaji pengaruh interaksi dua arah terhadap kualitas hubungan interpersonal di ruang digital. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode netnografi, di mana data dikumpulkan melalui observasi sistematis pada platform Weverse dan wawancara mendalam kepada tiga informan yang merupakan Treasure Maker aktif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Weverse memfasilitasi komunikasi dua arah yang kaya melalui fitur-fitur seperti feed postingan, siaran langsung, secret post, dan terjemahan otomatis yang mendukung interaksi lintas bahasa dan budaya. Self-disclosure yang dilakukan oleh member Treasure, berupa berbagi rutinitas harian, ungkapan perasaan, serta keterbukaan emosional, mendorong pengungkapan diri yang serupa dari pihak penggemar dan menciptakan ikatan emosional yang bermakna. Interaksi dua arah di Weverse terbukti mampu mentransformasi hubungan parasosial yang bersifat satu arah menjadi hubungan interpersonal yang resiprokal, di mana penggemar merasa dikenal dan diakui eksistensinya secara nyata oleh idola. Penelitian ini berkontribusi pada pemahaman dinamika CMC dalam konteks fandom K-Pop global dan peran platform fandom khusus dalam membentuk ulang relasi idol-penggemar di era digital.

Kata kunci: Computer-Mediated Communication, Weverse, K-Pop, Treasure, Fandom, Komunikasi Interpersonal, Self-Disclosure, Hubungan Parasosial

1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi komunikasi telah mengubah paradigma interaksi sosial secara fundamental, termasuk interaksi antara idola dan penggemar di era digital. Computer-Mediated Communication (CMC) telah menjadi bagian integral dari kehidupan sosial manusia, khususnya di kalangan generasi muda yang aktif menggunakan media sosial [1]. CMC merujuk pada segala bentuk komunikasi yang terjadi melalui perangkat komputer atau digital sebagai perantara, mulai dari pengiriman email, penggunaan smartphone, hingga interaksi di platform media sosial yang semakin berkembang [2].

Dalam konteks industri hiburan Korea Selatan (K-Pop), fenomena CMC mengambil bentuk yang sangat spesifik dan terstruktur melalui platform-platform yang dirancang khusus untuk memfasilitasi interaksi antara artis dan penggemar. Platform seperti Weverse, yang dikembangkan oleh HYBE Corporation, menjadi ruang utama bagi interaksi antara idola dan penggemar, memungkinkan komunikasi interpersonal yang dimediasi teknologi melalui fitur seperti live streaming, komentar langsung, fan letters, dan notifikasi [3]. Fenomena ini menciptakan ekosistem komunikasi baru yang belum pernah ada sebelumnya dalam sejarah industri hiburan global.

Komunikasi interpersonal merupakan model komunikasi yang paling efektif dalam membangun hubungan antar manusia. Tubbs dan Moss mendefinisikan komunikasi interpersonal sebagai komunikasi yang terjadi antara dua orang atau lebih dalam situasi tatap muka maupun melalui medium [4]. Perkembangan teknologi menandai lahirnya komunikasi interaktif yang menciptakan media baru, di antaranya media sosial sebagai ruang baru untuk membangun komunitas dan identitas [5]. Dengan munculnya media sosial, para pengguna komunitas kini berkomunikasi secara virtual dengan intensitas yang semakin tinggi, melampaui batas geografis dan zona waktu.

Komunikasi Interpersonal yang Dimediasi Komputer (CMC): Interaksi Member Treasure dan Treasure Maker pada Platform Weverse

Interaksi antara idola dan penggemar di ruang digital memiliki karakteristik yang unik dan berbeda dari interaksi tatap muka konvensional. Penggunaan emoji, bahasa gaul daring, dan elemen visual seperti foto serta video pendek menciptakan kode-kode komunikasi tersendiri yang memengaruhi dinamika interpersonal [6]. Selain itu, sifat komunikasi yang bisa bersifat sinkronus maupun asinkronus memberikan fleksibilitas bagi kedua belah pihak dalam merespons dan berinteraksi. Karakteristik ini menjadikan CMC di platform fandom sebagai fenomena yang layak dan penting untuk dikaji secara mendalam.

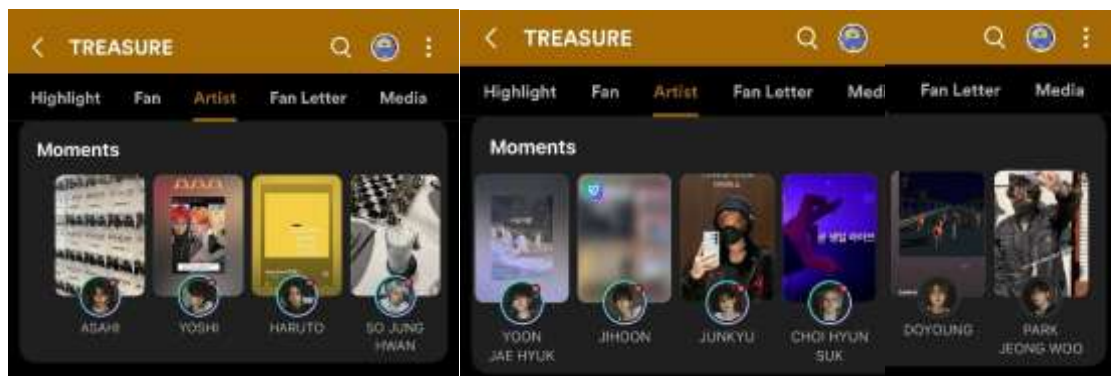
Dalam perspektif yang lebih luas, CMC juga berkaitan dengan konsep parasosial relationship, yaitu hubungan emosional satu arah yang dirasakan oleh penggemar terhadap idolanya [7]. Namun, dengan hadirnya platform seperti Weverse yang memungkinkan respons langsung dari idola kepada penggemar, batas antara hubungan parasosial dan hubungan interpersonal yang sesungguhnya menjadi semakin kabur. Hal ini memunculkan pertanyaan mendasar tentang bagaimana teknologi digital mengubah sifat dan kualitas hubungan antara selebriti dan penggemarnya.

Self love atau cinta diri juga menjadi dimensi penting yang muncul dalam interaksi digital ini. Self love adalah cara seseorang menjaga diri dan kesehatan mentalnya, yang turut dipengaruhi oleh relasi sosial yang dijalani seseorang, termasuk relasi virtual dengan idola [8]. Interaksi positif antara idola dan penggemar di platform seperti Weverse dapat berkontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan psikologis penggemar, sebab validasi emosional dari idola memberikan dampak nyata terhadap rasa percaya diri dan kebahagiaan penggemar.

Terdapat empat unsur penting dalam interaksi bermediasi komputer. Pertama, pengguna (user) yang berfungsi secara aktif sebagai pengirim dan penerima, atau dengan kata lain fandom berperan sebagai komunikator sekaligus komunikat. Kedua, media (medium) sebagai syarat keberadaan saluran untuk memfasilitasi proses interaksi antar pengguna, dalam hal ini Weverse. Ketiga, pesan (message) berupa konten yang saling dipertukarkan di antara pengguna melalui media yang digunakan. Keempat, makna (meaning) yang dikonstruksi bersama oleh pengirim dan penerima dalam proses komunikasi tersebut [9].

Grup asuhan YG Entertainment, Treasure, merupakan salah satu grup K-Pop yang sangat aktif menggunakan platform Weverse untuk berinteraksi dengan penggemarnya, Treasure Maker. Sejak bergabung ke Weverse pada bulan Maret 2021, Treasure dan Treasure Maker telah membangun ekosistem interaksi yang kaya dengan ribuan unggahan dan komentar setiap bulannya [10]. Hal ini menjadikan komunitas Treasure di Weverse sebagai kasus yang sangat relevan untuk dikaji dalam konteks CMC dan komunikasi interpersonal di era digital.

Studi kasus pada interaksi Treasure dan Treasure Maker di Weverse menjadi relevan karena beberapa alasan. Pertama, Treasure memiliki basis penggemar global yang aktif dari berbagai negara dengan latar belakang bahasa dan budaya yang beragam, sehingga isu komunikasi lintas budaya menjadi dimensi penting dalam kajian ini. Kedua, para member Treasure dikenal sangat aktif dan konsisten dalam berinteraksi dengan penggemar di Weverse, menciptakan volume interaksi yang signifikan untuk dianalisis. Ketiga, platform Weverse sendiri memiliki fitur-fitur unik yang tidak ditemukan di platform media sosial umum lainnya, sehingga kajian terhadap ekosistem ini memberikan kontribusi pengetahuan yang segar dalam studi CMC. Penelitian ini bertujuan menggali bagaimana CMC membentuk hubungan interpersonal di ruang virtual tersebut, dengan fokus pada karakteristik komunikasi, dimensi self-disclosure, dan pengaruh interaksi dua arah terhadap hubungan interpersonal idol-fans.



Gambar 1. Account individu member Treasure
Sumber aplikasi Weverse Treasure

2. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan metode netnografi. Netnografi adalah metodologi penelitian kualitatif yang digunakan untuk mempelajari budaya dan komunikasi pada suatu komunitas online yang dapat terjadi karena adanya komputer dan internet sebagai perantaranya [11]. Metode ini pertama kali dikembangkan oleh Robert Kozinets pada akhir tahun 1990-an sebagai adaptasi dari metode etnografi konvensional untuk konteks komunitas virtual, dan telah berkembang menjadi salah satu pendekatan metodologis yang paling mapan dalam kajian media digital dan komunitas daring.

Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang berpangkal dari pola pikir induktif, yang didasarkan atas pengamatan objektif partisipatif terhadap suatu gejala atau fenomena sosial [12]. Dalam paradigma ini, peneliti tidak berangkat dari hipotesis yang sudah ditetapkan, melainkan membiarkan temuan-temuan di lapangan berbicara dan membentuk kesimpulan secara bertahap. Pendekatan ini sangat sesuai untuk mengkaji fenomena interaksi digital yang kompleks, dinamis, dan sarat dengan makna-makna yang dikonstruksi secara sosial oleh para aktornya.

Pemilihan netnografi sebagai metode penelitian didasarkan pada beberapa pertimbangan metodologis. Pertama, komunitas Treasure Maker di Weverse merupakan komunitas yang sepenuhnya berbasis daring, sehingga pendekatan observasi lapangan konvensional tidak memungkinkan untuk menangkap dinamika interaksi yang terjadi. Kedua, netnografi memungkinkan peneliti untuk mengamati interaksi secara naturalistik tanpa mengganggu jalannya komunikasi yang terjadi di dalam komunitas. Ketiga, metode ini memungkinkan pengumpulan data yang kaya dan mendalam tentang praktik, norma, dan makna yang dikonstruksi oleh anggota komunitas dalam interaksi mereka sehari-hari [13].

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini mencakup dua metode utama. Pertama, observasi partisipan pada platform Weverse komunitas Treasure, di mana peneliti secara sistematis mengamati dan mendokumentasikan berbagai bentuk interaksi yang terjadi antara member Treasure dan Treasure Maker, mencakup unggahan feed, aktivitas live streaming, penggunaan fitur secret post, serta pola-pola komentar dan reaksi yang muncul. Observasi dilakukan secara berkelanjutan selama periode penelitian untuk memastikan representativitas data yang dikumpulkan.

Kedua, wawancara mendalam (in-depth interview) dilakukan kepada tiga informan yang merupakan Treasure Maker aktif dan pengguna rutin platform Weverse. Pemilihan informan dilakukan secara purposif dengan kriteria: (1) merupakan penggemar aktif Treasure minimal selama satu tahun, (2) menggunakan aplikasi Weverse secara rutin minimal tiga kali dalam seminggu, dan (3) pernah memiliki pengalaman interaksi langsung (mendapat balasan, like, atau respons) dari member Treasure di Weverse. Wawancara dilakukan secara mendalam dan semi-terstruktur untuk memungkinkan eksplorasi pengalaman informan secara lebih luas dan tidak terbatas pada pertanyaan-pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya.

Analisis data dilakukan melalui beberapa tahap mengikuti prosedur analisis data netnografi yang dikembangkan oleh Kozinets, yaitu: (1) pengumpulan dan pengarsipan data digital dari platform Weverse, (2) koding tematik terhadap data yang terkumpul untuk mengidentifikasi pola-pola interaksi yang berulang, (3) interpretasi makna di balik pola-pola tersebut dalam kerangka teori CMC dan komunikasi interpersonal, serta (4) triangulasi antara data observasi dan data wawancara untuk memastikan validitas temuan [14]. Keabsahan data dijamin melalui perpanjangan waktu pengamatan, triangulasi sumber data, dan member checking kepada informan penelitian.

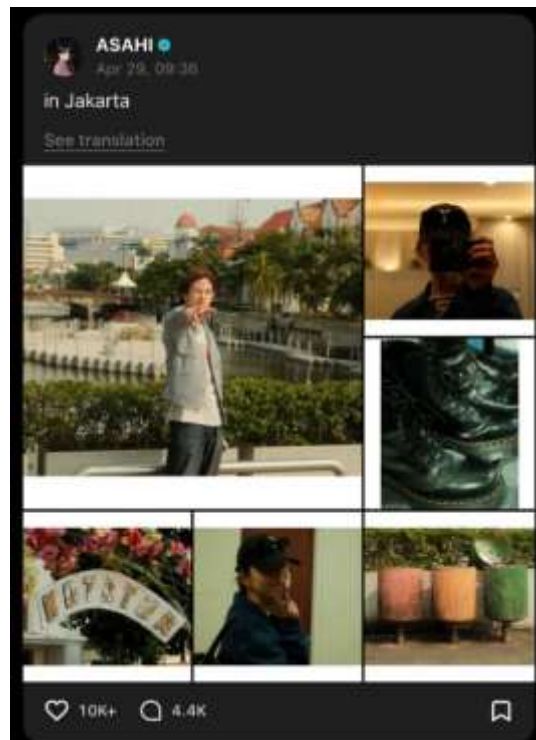
3. Hasil dan Diskusi

3.1. Karakteristik Komunikasi Interpersonal Berbasis Komputer (CMC) di Weverse

Berdasarkan analisis yang dilakukan, interaksi antara member Treasure dan Treasure Maker di Weverse dapat dikategorikan sebagai Computer-Mediated Communication (CMC) dengan karakteristik yang khas. Penggemar menggunakan fitur *feed* untuk mengunggah postingan terbaru yang dapat dilihat oleh penggemar lainnya sekaligus oleh artis. Fitur feed ini juga memberikan notifikasi kepada para penggemar ketika idolanya merespons atau membalas postingan penggemar lain, sehingga menciptakan iklim interaktif yang dinamis.

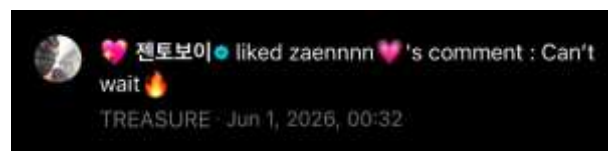
Fitur *artist* pada Weverse memberikan kesempatan besar bagi penggemar untuk berinteraksi langsung dengan idolanya. Banyak penggemar yang mendapat balasan melalui fitur ini ketika mereka mengomentari postingan sang idola. Hal ini dirasakan oleh para informan dalam penelitian ini, yang secara konsisten mengomentari berbagai postingan Treasure demi mendapatkan peluang terjadinya interaksi langsung.

Dalam fitur feed, member Treasure berbagi konten yang beragam, mulai dari foto kegiatan sehari-hari, unggahan teks singkat berisi sapaan kepada penggemar, hingga video pendek di balik layar latihan dan persiapan album. Fitur terjemahan otomatis (*auto translate*) yang tersedia pada semua postingan feed memudahkan Treasure Maker dari berbagai negara untuk mengikuti dan memahami konten yang dibagikan oleh idolanya, meskipun terdapat perbedaan bahasa yang signifikan [15].



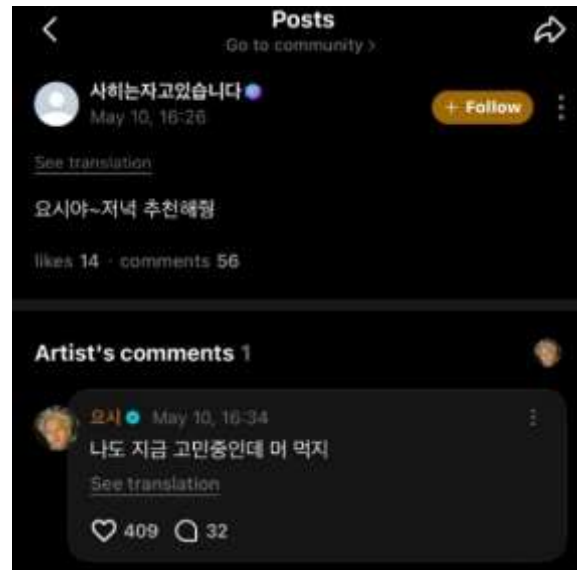
Gambar 2. Treasure post feed Weverse
Sumber aplikasi Weverse Treasure

Weverse juga menyediakan sistem reaksi berupa *heart* dan berbagai pilihan emoji seperti "Happy", "Fire", dan "Sad" yang dapat digunakan oleh penggemar maupun idola untuk merespons postingan secara cepat. Dari hasil penelitian, *heart* adalah fitur reaksi yang paling banyak digunakan karena kemudahannya dan sifatnya yang universal dalam mengekspresikan rasa suka dan dukungan.



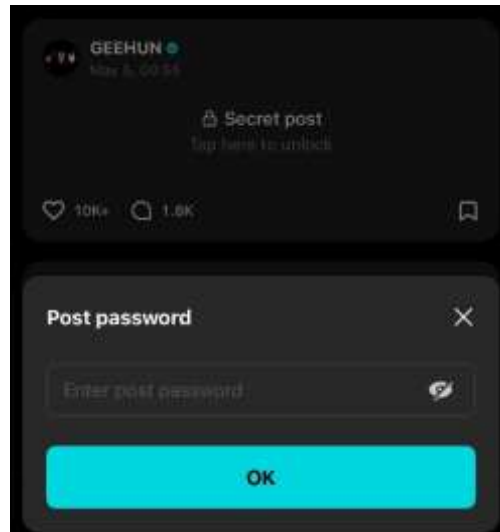
Gambar 3. Treasure liked my comment member post
Sumber aplikasi Weverse Treasure

Fitur *live streaming* menjadi salah satu fitur yang paling dinantikan oleh Treasure Maker, karena memungkinkan komunikasi secara real time antara member Treasure dan penggemarnya. Dalam siaran langsung ini, informan menyatakan bahwa interaksi terasa lebih personal dan autentik dibandingkan komunikasi melalui postingan biasa. Terdapat pula fitur live eksklusif yang hanya dapat diakses oleh pengguna berlangganan (*membership*), serta fitur terjemahan otomatis real time yang tersedia bagi anggota berbayar, sehingga penggemar non-Korea pun dapat memahami percakapan yang berlangsung selama siaran.



Gambar 4. Post feed Weverse dibalas member Treasure
Sumber aplikasi Weverse Treasure

Selain itu, juga terdapat satu fitur yang hanya dapat diunggah oleh artist atau Treasure yaitu bernama *secret post*. Fitur ini juga sama seperti *feed*, namun untuk dapat melihat isi dari postingan tersebut harus memasukkan kata kunci atau password yang dibuat oleh artist secara rahasia. Jadi para Treasure Maker (Fan) harus menebak apa password untuk membuka *secret post* tersebut. Biasanya member Treasure juga memberikan beberapa clue lewat postingan agar para Treasure Maker dapat lebih mudah untuk menebak sandi dari *secret post* tersebut. Isi dari postingan pada *secret post* tersebut sama dengan feed pada weverse bisa berupa postingan member berupa foto ataupun tulisan yang hanya menyapa Treasure Maker ataupun sebuah kalimat. Fitur ini sangat menyenangkan karena kita seperti bermain teka – teki dengan para member Treasure



Gambar 5. Secret post Treasure.
Sumber aplikasi Weverse Treasure

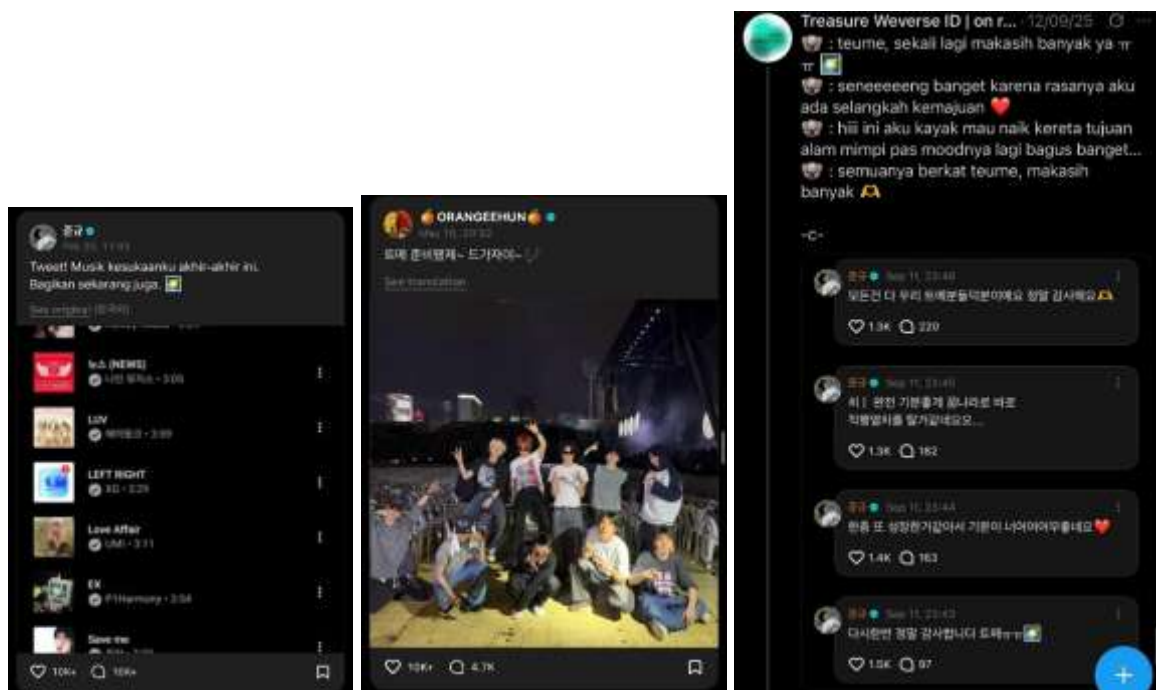
3.2. Karakteristik Komunikasi Interpersonal di Weverse: Self-Disclosure (Pengungkapan Diri)

Self-disclosure atau keterbukaan diri merupakan dimensi yang sangat menonjol dalam komunikasi interpersonal yang terjadi di Weverse. Self-disclosure berarti kemampuan individu untuk membuka diri kepada lingkungan sosialnya secara proporsional dan bermakna. Individu yang memiliki kemampuan self-disclosure yang baik cenderung memiliki relasi sosial yang lebih luas dan lebih berkualitas [4].

Dalam konteks CMC di Weverse, self-disclosure tidak lagi berjalan satu arah secara kaku. Setiap member Treasure memiliki akun pribadi yang dikelola secara mandiri, yang menjadi dorongan psikologis bagi para idola untuk membagikan informasi personal secara sukarela. Member Treasure secara aktif menceritakan rutinitas harian mereka, berbagi rekomendasi musik, memposting foto makanan, dan mengungkapkan kondisi di balik layar pasca sesi latihan, termasuk keluhan-keluhan kecil yang membuat mereka tampak lebih manusiawi dan relatable di mata penggemar.

Beberapa member Treasure juga secara aktif bertanya kepada penggemar melalui unggahan seperti "apa kabar teume?" dan "bagaimana kegiatan hari ini?", menciptakan ruang percakapan yang hangat dan personal. Ketika member Treasure merespons cerita fans dengan empati, hal ini mendorong pengungkapan diri yang lebih mendalam dari pihak penggemar. Validasi emosional seperti "Semangat ya!" atau ungkapan "I love you, Treasure Maker" membuat penggemar merasa diterima dan aman untuk berbagi lebih banyak tentang diri mereka.

Keterbukaan emosional juga terlihat ketika member Treasure mengekspresikan rasa haru setelah konser di berbagai negara, rasa syukur atas pencapaian grup, atau kecemasan menjelang perilisan album baru. Ungkapan perasaan ini disampaikan secara langsung melalui tulisan di feed maupun siaran langsung, menciptakan ruang eksklusif yang melahirkan ikatan emosional timbal balik antara idola dan penggemar.



Gambar 6. Rekomendasi musik, bts concert, ungkapan perasaan member
Sumber aplikasi ~ Weverse Treasure Dan twitter Treasure

3.3. Pengaruh Interaksi Dua Arah di Weverse terhadap Hubungan Interpersonal

Berdasarkan temuan penelitian, interaksi dua arah pada Weverse memiliki karakteristik yang secara kualitatif berbeda dari interaksi di platform media sosial umum lainnya. Idola tidak hanya membagikan konten, tetapi juga secara aktif merespons komentar, pertanyaan, dan ungkapan apresiasi penggemar melalui fitur komentar postingan maupun direct message. Respons-respons ini menciptakan ilusi akses personal kepada idola yang sebelumnya tidak dapat dijangkau dalam kerangka hubungan parasosial konvensional [7].

Weverse hadir sebagai parasocial boundary yang memiliki fitur interaksi yang mampu menggeser sifat hubungan idol-fans. Ketika seorang Treasure Maker menuliskan ungkapan seperti "hari ini aku capek, tapi saat melihatmu aku semangat lagi", lalu mendapat respons berupa heart atau balasan teks dari member Treasure, interaksi tersebut

bukan lagi sekadar imajinasi satu arah. Hal ini mengubah definisi hubungan dari "saya mengenalmu" menjadi "kita saling mengenal", sebuah transformasi relasional yang signifikan dalam konteks hubungan idol-fans.

Berbeda dengan media sosial lainnya seperti Twitter atau Instagram yang bersifat terbuka untuk semua pengguna, Weverse dikhususkan bagi penggemar grup tertentu sehingga menciptakan rasa eksklusivitas dan kebersamaan. Fitur-fitur seperti heart react, pinned comment, dan Weverse moment memperkuat perasaan bahwa "hubungan ini nyata" di kalangan penggemar, terutama ketika idola memberikan reaksi langsung terhadap unggahan mereka.

Temuan ini sejalan dengan argumen bahwa komunikasi melalui internet tidak membuat hubungan menjadi kurang dekat, melainkan justru dapat menjadikannya lebih intensif. Di ruang digital, pengguna dapat mengontrol dan mematangkan interaksi mereka: memilih kata-kata yang tepat, menyeleksi foto sebelum dikirim, dan menentukan waktu yang paling baik untuk merespons. Hal ini berbeda dari interaksi tatap muka di mana kata-kata yang terlanjur diucapkan tidak bisa ditarik kembali. Kontrol komunikatif semacam ini memungkinkan idol untuk memastikan respons mereka selalu terlihat penuh perhatian dan bermakna, sehingga hubungan dengan penggemar terasa sangat dekat meskipun dimediasi layar.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Komunikasi Interpersonal yang dimediasi komputer (CMC): interaksi member Treasure dan Treasure Maker di platform Weverse. Bahwa teknologi digital telah mengubah cara idola K-pop berkomunikasi dengan penggemarnya, terutama melalui platform Weverse. Fitur – fitur yang tersedia pada Weverse seperti akun pribadi idol, feed postingan, fitur cheer, dan siaran langsung menciptakan ruang komunikasi dua arah. Penggemar sekarang tidak hanya membaca dan menonton konten idolnya saja, tetapi juga bisa berinteraksi langsung dengan idola mereka. Hal menarik lainnya yang ditemukan yaitu hubungan antara idola dan penggemar menjadi lebih terbuka. Member Treasure dengan senang hati membagikan kehidupan sehari – hari mereka termasuk perasaan pribadi mereka. Hal ini mendapat respons positif dari para Treasure Maker berupa dukungan dan semangat. Hubungan yang awalnya satu arah seperti idola memberi dan penggemar menerima, berubah menjadi hubungan yang saling mengenal dan membutuhkan. Dan interaksi melalui layar ini justru membuat ikatan emosional menjadi lebih kuat. Berdasarkan penelitian ini juga terdapat beberapa saran seperti fitur terjemahan saat siaran langsung yang masih terbatas hanya untuk anggota berbayar atau membership Weverse saja, alangkah baiknya dibuat merata tidak hanya anggota berbayar agar penggemar dapat memahami apa yang diucapkan idol saat siaran langsung berjalan. Tetap jaga batas privasi dan hindari terlalu jauh masuk ke kehidupan idola untuk para penggemar. Menciptakan ruang diskusi yang aman dan positif pada platform Weverse ini untuk mendukung Kesehatan mental dan saling mendukung. Untuk peneliti selanjutnya dapat menggunakan kombinasi metode (kualitatif dan kuantitatif) untuk dapat mengukur sejauh mana keterbukaan idola mempengaruhi loyalitas penggemar. Bagi peneliti yang ingin meneliti tentang komunikasi yang dimediasi komputer pada platform Weverse ataupun platform lainnya dapat menggunakan beberapa teori komunikasi yang mendalam dari konsep parasosial dan lainnya.

Referensi

- [1] C. Anggraini, H. Ritonga, L. Kristina, M. Syam, dan W. Kustiawan, "Komunikasi Interpersonal," *Jurnal Multidisiplin Dehasen*, vol. 1, no. 3, hlm. 337–342, 2022.
- [2] F. D. Pratiwi, "Computer Mediated Communication (CMC) dalam Perspektif Komunikasi Lintas Budaya (Tinjauan pada Soompi Discussion Forum Empress Ki TaNyang Shipper)," *Jurnal Komunikasi*, vol. 7, no. 1, 2014.
- [3] A. Z. Tofani, "Weverse Sebagai Sarana Komunikasi Fans dengan Idol (Studi pada Interaksi Seventeen dan Carat)," *Prosiding Konferensi Nasional Sosial Politik (KONASPOL)*, vol. 1, 2023.
- [4] D. Septiani, P. N. Azzahra, S. N. Wulandari, dan A. R. Manuardi, "Self Disclosure dalam Komunikasi Interpersonal: Kesetiaan, Cinta, dan Kasih Sayang," *Jurnal IKIP Siliwangi*, vol. 2, no. 6, 2019.
- [5] R. Fauziah, "Media Sosial sebagai Ruang Baru Komunitas Virtual," *Jurnal Komunikasi Digital*, vol. 3, no. 1, 2025.
- [6] N. Indriani dan R. S. Kusuma, "Interaksi Sosial Fandom Army di Media Sosial Weverse," *Jurnal Komunikasi Global*, vol. 11, no. 2, 2022.
- [7] D. H. Sysca dan K. D. Dwivayani, "Fenomena Hubungan Parasosial Penggemar dan Idol K-Pop dalam Penggunaan Aplikasi Weverse," *Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika dan Komunikasi*, vol. 5, no. 1, hlm. 498–511, 2024.
- [8] S. U. Sitorus dan Fakhur Rozi, "Komunikasi Interpersonal Penggemar BTS dalam Pembentukan Cinta Diri," *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study*, vol. 9, no. 1, hlm. 36–44, 2023.
- [9] Amaliyah, "Perilaku Komunikasi Interpersonal pada Fans K-Pop di Aplikasi Weverse sebagai Media Hiburan," Skripsi, Universitas Mercu Buana, Jakarta, 2025.
- [10] T. L. Hirwiza dan F. H. Lubis, "Persepsi Penggemar K-Pop tentang Aplikasi Weverse sebagai Media Komunikasi Penggemar dan Idolanya," *Jurnal Kesejahteraan Sosial, Komunikasi dan Administrasi Publik*, vol. 2, no. 2, hlm. 164–169, 2023.
- [11] R. V. Kozinets, *Netnography: The Essential Guide to Qualitative Social Media Research*, 3rd ed. London: SAGE Publications, 2022.
- [12] T. L. Hirwiza, *Metodologi Penelitian Kualitatif dalam Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Deepublish, 2023.

DOI: <https://doi.org/10.xxxx/riggs.xxxx.xxx>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

- [13] S. Baym, *Personal Connections in the Digital Age*, 3rd ed. Cambridge: Polity Press, 2021.
- [14] J. Suler, "The Online Disinhibition Effect," *CyberPsychology & Behavior*, vol. 7, no. 3, hlm. 321–326, 2004.
- [15] M. Kim dan J. H. Park, "Fan Community Engagement in K-Pop: The Role of Weverse as a Parasocial Interaction Platform," *Journal of Asian Communication*, vol. 32, no. 4, hlm. 215–231, 2023.
- [16] H. S. Oh dan Y. J. Lee, "Digital Fandom and Emotional Labor: How K-Pop Idols Manage Fan Relationships on Social Media," *Korean Journal of Communication Studies*, vol. 61, no. 2, hlm. 88–112, 2023.
- [17] L. Rasmussen, "Parasocial Interaction in the Digital Age: A Literature Review," *Young Consumers*, vol. 19, no. 2, hlm. 133–144, 2018.
- [18] J. T. Hancock dan J. Naaman, "Self-Disclosure and Technology: How CMC Shapes Interpersonal Openness," *Journal of Computer-Mediated Communication*, vol. 28, no. 1, hlm. 1–19, 2023.
- [19] Y. Cho dan B. W. Kim, "Idol-Fan Interaction on Dedicated Fan Platforms: A Uses and Gratifications Approach," *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, vol. 29, no. 3, hlm. 712–730, 2023.
- [20] A. Marwick dan d. boyd, "To See and Be Seen: Celebrity Practice on Twitter," *Convergence*, vol. 17, no. 2, hlm. 139–158, 2011.