



# Digital Receipt

This receipt acknowledges that Turnitin received your paper. Below you will find the receipt information regarding your submission.

The first page of your submissions is displayed below.

# 11%

## SIMILARITY INDEX

Submission author: Adinda Delfriyani  
Assignment title: JURNAL  
Submission title: Fenomena Hubungan Parasosial Penggemar dan Idola (Stud...  
File name: Adinda\_Delfriyani-Jurnal.docx  
File size: 86K  
Page count: 15  
Word count: 6,211  
Character count: 39,775  
Submission date: 01-Nov-2023 10:13AM (UTC+0700)  
Submission ID: 2213809596

Wakil Dekan Bidang Akademik,



Dr. Rina Juwita, S.P., MHRIR  
NIP.198104172005012001

### JIKOM

Jurnal Ilmiah Komunikasi

Volume 12, No.01, Maret, 2020

#### Fenomena Hubungan Parasosial Penggemar dan Idola (Studi pada NCTZen Pengguna Aplikasi LYSN Bubble)

Adinda Delfriyani<sup>1</sup>, Kezia Arum Sary<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman  
<sup>2</sup>Dosen Pembimbing dan Pengajar, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman  
Email correspondent: 'adindadelfriyani@gmail.com', 'kezia.arumsary@fisip.ummul.ac.id'

#### Abstrak

Hubungan parasosial merupakan hubungan semu yang terjadi pada penggemar terhadap seorang performer (idola). Salah satu yang menarik bagi peneliti ialah hubungan parasosial yang terjadi antara penggemar K-Pop Grup NCT yang disebut sebagai NCTZen. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui respon kognitif, afektif, dan behavioral penggemar dari penggunaan aplikasi khusus penggemar dan idola, yakni LYSN Bubble. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan netnografi, yang bertujuan untuk menjawab fenomena budaya yang terjadi di dunia maya, yang pada penelitian ini ialah aktivitas penggemar di aplikasi LYSN Bubble. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi serta wawancara, dan dianalisis dengan teknik analisis Spradley. Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa penggemar merespon pesan idola pada aplikasi LYSN Bubble dan mendapat efek kognitif, afektif, dan behavioral. Kemudian, perasaan semu yang dirasakan penggemar jauh pada tingkat *intense pathology*, dimana penggemar merasakan kedekatan secara emosional, bisa merasakan perasaan idola dan termotivasi melakukan sesuatu yang berhubungan dengan idolanya.

**Kata kunci:** hubungan parasosial, penggemar, idola, LYSN Bubble

#### Abstract

*Parasocial relationship is a pseudo-relationship that occurs between fans and a performer (idol). One thing that is interesting for researchers is the parasocial relationship that occurs between K-Pop fans of the NCT group known as NCTZen. The aim of this research is to determine fans' cognitive, affective and behavioral responses from using a special application for fans and idols, namely LYSN Bubble. This research uses a qualitative method with a netnographic approach, which aims to answer cultural phenomena that occur in cyberspace, which in this research is fan activity in the LYSN Bubble application. Data collection techniques were carried out by observation and interviews, and analyzed using Spradley analysis techniques. Based on the research results, it was found that fans responded to idol messages on the LYSN Bubble application and received cognitive, affective and behavioral effects. Then, the false feelings felt by fans fall to the level of intense pathology, where fans feel emotional closeness, can feel the idol's feelings and are motivated to do something related to their idol.*

**Keywords:** parasocial relationship, fan, idol, LYSN Bubble

#### Pendahuluan

Setelah dua tahun lamanya dibelenggu oleh pandemi, manusia semakin terbiasa dengan penggunaan komputer dan smartphone. Komunikasi yang awalnya masih sering dilakukan secara tatap muka berubah sekejap menjadi dalam jaringan (daring). Keadaan yang tidak memungkinkan bagi manusia untuk bertemu secara langsung disebabkan virus Covid-19 ini memaksa setiap individu belajar menggunakan alat bantu komputer dan smartphone sebagai media komunikasi.

Ditutupi dari dataindonesia.id, We Are Social mencatat bahwa pada tahun 2023, 77% dari populasi di Indonesia menggunakan internet, yakni sekitar 212,9 juta orang. Lebih lanjut, 98,3% pengguna internet di Indonesia menggunakan hand phone dan menghabiskan 7 jam 42 menit untuk

Available online <http://jurnal.stikom-imsa.ac.id/>

16