



**KOMUNIKASI INTERPERSONAL PENGGEMAR K-POP DALAM
HUBUNGAN PARASOSIAL DI MEDIA SOSIAL
(STUDI KUALITATIF DESKRIPTIF PADA FANS ENHYPEN DI WEVERSE)**

TUGAS AKHIR

SKRIPSI

ALMEYRA FEBRILIA

44222010249

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2026



**KOMUNIKASI INTERPERSONAL PENGGEMAR K-POP DALAM
HUBUNGAN PARASOSIAL DI MEDIA SOSIAL
(STUDI KUALITATIF DESKRIPTIF PADA FANS ENHYPEN DI WEVERSE)**

TUGAS AKHIR

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata
1 (S-1)**

ALMEYRA FEBRILIA

44222010249

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2026

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Almeyra Febrilia Putri Yosrifal
NIM : 44222010249
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Public Relations

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:
“Komunikasi Interpersonal Penggemar K-Pop dalam Hubungan Parasosial di Media Sosial(Studi Kualitatif Deskriptif pada Fans Enhyphen di Weverse).”
adalah hasil karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiarisme, pelanggaran hak cipta, atau konten ilegal dalam bentuk apapun dan tidak melanggar hukum atau hak pihak manapun.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap pernyataan ini, saya bersedia menanggung seluruh konsekuensi hukum dan membebaskan Universitas Mercu Buana dari segala bentuk tuntutan hukum dan saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 26 Februari 2026



Almeyra Febrilia P. Y

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Almeyra Febrilia P.Y

NIM : 44222010249

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Dengan judul “Komunikasi Interpersonal Penggemar K-Pop dalam Hubungan Parasosial di Media Sosial (Studi Kualitatif Deskriptif pada Fans Enhypen di Weverse)”, telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 27 Februari 2026, didapatkan nilai persentase sebesar 14%

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 28 Februari 2026
Administrator Turnitin



Rizki Agustin. S.Kom

KAMPUS MENARA BHAKTI

Jl. Raya Meruya Selatan No. 01, Kembangan, Jakarta Barat 11650
Telp. 021-5840815 / 021-5840816 (Hunting), Fax. 021-584 0813
<http://www.mercubuana.ac.id>, e-mail: umb@mercubuana.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Almeyra Febrilia Putri Yosrifal
NIM : 44222010249
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Public Relations
Judul Tugas Akhir : Komunikasi Interpersonal Penggemar K-Pop dalam Hubungan Parasosial di Media Sosial(Studi Kualitatif Deskriptif pada Fans Enhyphen di Weverse).

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 18 Februari 2026 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:
Pembimbing

(Sandy Permata M.I.Kom)

NIDN/NUPTK: 0323128306

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 28 Februari 2026

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)
NIDN/NUPTK: 0318116602

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr. Farid Hamid, M.Si)
NIDN/NUPTK:0301117301

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, Tuhan yang Maha Esa, berkat rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Komunikasi Interpersonal antara Penggemar K-Pop dalam Hubungan Parasosial di Media Sosial (Studi Kualitatif Deskripti pada Fans Enhypen di Weverse)”.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat wajib untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Universitas Mercu Buana. Penulisan skripsi ini merupakan pengalaman pembelajaran yang berharga bagi penulis, penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak dapat diselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah banyak membantu penyusunan skripsi ini terutama kepada: **UNIVERSITAS**

1. Bapak Prof Dr. Andi Adriansyah, M.Eng, selaku Rektor Universitas Mercu Buana
2. Bapak Prof. Dr. Drs. Ahmad Mulyana, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
3. Bapak Dr. Farid Hamid, S.Sos., M.Si, selaku Ketua Program Studi Public Relations Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Sandy Permata, S.Sos.M.I.Kom selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, memberikan bimbingan, masukan, serta arahan yang sangat berarti selama proses penyelesaian skripsi ini.

5. Seluruh jajaran Dosen Universitas Mercu Buana terutama di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang saya hormati.
6. Almarhum Ayah dan Almaruhmah Bude yang meskipun tidak hadir secara fisik, namun doa, kasih sayang, serta nilai-nilai kehidupan yang telah diberikan semasa hidup menjadi sumber motivasi bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Keluarga besar penulis termasuk Ibu, Kakak, Om, Tante, Sepupu yang selalu mendoakan saya dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Teman – teman seperjuangan penulis di perkuliahan, Anika, Salsa, Adsyla, Angelica, dan Kanaya yang telah memberikan dukungan serta bantuan yang baik selama masa perkuliahan
9. Teman sekaligus *Support system* penulis, Naya, Icha, Naira, Luthfia, Arsa, Hanna, dan Diva yang senantiasa memberikan semangat, dukungan, motivasi, serta doa kepada penulis.
10. Teman-teman penulis, Enjin Bermain yang selalu menghibur saya, mendengarkan keluh kesah, serta memberi dukungan selama proses pengerjaan skripsi ini.
11. Teman-teman SMA penulis, Assya, Ruby, Kaisah, Alya, Bella, dan Fiqa yang telah menemani dan memberi dukungan sejak masa awal perkuliahan hingga saat ini.
12. Key informan dan juga informan yang telah bersedia untuk meluangkan waktunya dan memberikan kesempatan bagi penulis untuk melakukan penelitian.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena adanya keterbatasan kemampuan sehingga masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak untuk perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis khususnya dan bagi para pembaca dan pihak-pihak yang berkepentingan pada khususnya.



HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Almeyra Febrilia Putri Yosrifal
NIM : 44222010249
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Public Relations
Judul Tugas Akhir : Komunikasi Interpersonal Penggemar K-Pop dalam Hubungan Parasosial di Media Sosial(Studi Kualitatif Deskriptif pada Fans Enhypen di Weverse).

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Jakarta, 03 Maret 2026
Yang menyatakan,



(Almeyra Febrilia)

**KOMUNIKASI INTERPERSONAL PENGGEMAR K-POP DALAM
HUBUNGAN PARASOSIAL DI MEDIA SOSIAL (STUDI KUALITATIF
DESKRIPTI PADA FANS ENHYPEN DI WEVERSE)**

ALMEYRA FEBRILIA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memahami komunikasi interpersonal antara penggemar K-Pop dalam hubungan parasosial di media sosial, dengan fokus pada penggemar ENHYPEN di aplikasi Weverse. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh berkembangnya interaksi antara idola dan penggemar melalui media digital yang memungkinkan terbentuknya pengalaman kedekatan emosional meskipun hubungan tersebut tidak terjadi secara langsung. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivisme. Metode penelitian yang digunakan adalah wawancara mendalam terhadap lima orang informan yang merupakan penggemar ENHYPEN dan aktif menggunakan aplikasi Weverse. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan observasi, sedangkan analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Keabsahan data dalam penelitian ini diperoleh melalui teknik triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal antara ENHYPEN dan penggemar di Weverse tercermin melalui lima unsur komunikasi interpersonal, yaitu keterbukaan, empati, sikap mendukung, sikap positif, dan kesetaraan. Interaksi yang terjadi dimaknai oleh penggemar sebagai komunikasi yang terasa lebih dekat, santai, dan bermakna. Selain itu, interaksi tersebut membentuk hubungan parasosial, di mana penggemar merasakan kedekatan emosional dengan idola meskipun hubungan yang terjalin bersifat satu arah. Meskipun demikian, penggemar tetap menyadari adanya batas dalam hubungan antara idola dan penggemar, sehingga kedekatan yang dirasakan dimaknai secara wajar dan tidak berlebihan.

Kata Kunci: komunikasi interpersonal, hubungan parasosial, penggemar K-Pop, Weverse, ENHYPEN

**KOMUNIKASI INTERPERSONAL PENGGEMAR K-POP DALAM
HUBUNGAN PARASOSIAL DI MEDIA SOSIAL (STUDI KUALITATIF
DESKRIPTI PADA FANS ENHYPEN DI WEVERSE)**

ALMEYRA FEBRILIA

ABSTRACT

This study aims to understand interpersonal communication between K-Pop fans in parasocial relationships on social media, with a focus on ENHYPEN fans on the Weverse app. This study is motivated by the growth of interactions between idols and fans through digital media, which allows for the formation of emotional closeness even though the relationship is not direct. This study uses a qualitative approach with a constructivist paradigm. The research method used is in-depth interviews with five informants who are ENHYPEN fans and actively use the Weverse application. Data collection techniques were carried out through interviews and observation, while data analysis was carried out through the stages of data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The validity of the data in this study was obtained through source triangulation techniques. The results of the study show that interpersonal communication between ENHYPEN and fans on Weverse is reflected in five elements of interpersonal communication, namely openness, empathy, supportive attitude, positive attitude, and equality. Fans interpret these interactions as communication that feels closer, more relaxed, and meaningful. In addition, these interactions form a parasocial relationship, in which fans feel an emotional closeness to their idols even though the relationship is one-sided. However, fans remain aware of the boundaries in the relationship between idols and fans, so the closeness they feel is interpreted in a reasonable and not excessive manner.

Keywords: *interpersonal communication, parasocial relationship, K-Pop fans, Weverse, ENHYPEN*

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	0
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
PERNYATAAN <i>SIMILARITY CHECK</i>	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Fokus Penelitian	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II	12
TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1. Penelitian Terdahulu	12
2.2 Kajian Teoritis.....	24
2.2.1 Komunikasi.....	24
2.2.2 Komunikasi Interpersonal.....	24
2.2.2.1 Unsur Komunikasi Interpersonal.....	25
2.2.2.2 Karakteristik Komunikasi Interpersonal.....	26
2.2.2.3 Fungsi Komunikasi Interpersonal.....	27

2.2.3 Komunikasi Interpersonal dalam Konteks digital	27
2.2.4 Media Baru	28
2.2.4.1 Karakteristik Media Baru	29
2.2.5 Media Sosial	30
2.2.5.1 Jenis Media Sosial	30
2.2.6 Weverse	32
2.2.6.1 Fitur-Fitur Weverse	33
2.2.7 Penggemar	35
2.2.8 Hubungan Parasosial	36
2.2.9.1 Karakteristik Hubungan Parasosial	38
2.2.9.2 Unsur Hubungan Parasosial	39
2.2.9.3 Tahapan Hubungan Parasosial	39
BAB III.....	41
METODOLOGI PENELITIAN.....	41
3.1 Paradigma Penelitian.....	41
3.2 Metode Penelitian.....	42
3.3 Subjek Penelitian.....	42
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.4.1 Data Primer.....	46
3.4.2 Data Sekunder.....	47
3.5 Teknik Analisis Data.....	47
3.6 Teknik Keabsahan Data	49
BAB IV	52
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	52
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	52
4.1.1 ENHYPEN.....	52
4.1.2 ENGENE	53
4.1.3 Weverse Sebagai Platform Berinteraksi ENHYPEN dan ENGENE....	53
4.2 Hasil Penelitian	55
4.2.1 Awal mula mengenal Enhypen.....	56
4.2.2 Pengalaman menggunakan Weverse sebagai Media Interaksi	57

4.2.3 Unsur Komunikasi Interpersonal di Aplikasi Weverse	61
4.2.3.1 Keterbukaan Enhypen di Weverse	61
4.2.3.2 Empati Enhypen terhadap Penggemar di Weverse	65
4.2.3.3 Sikap Positif dalam interaksi di Weverse	67
4.2.3.4 Bentuk Dukungan dalam Interaksi di Weverse	70
4.2.3.5 Kesetaraan dalam Interaksi Enhypen di Weverse	72
4.2.4 Pemaknaan Penggemar terhadap Interaksi di Weverse	76
4.2.5 Hubungan Parasosial Penggemar terhadap Enhypen di Weverse	80
4.3 Pembahasan.....	84
4.3.1 Komunikasi Interpersonal Enhypen dengan Penggemar di Weverse.....	84
4.3.2 Hubungan Parasosial Penggemar melalui Interaksi di Weverse	88
BAB V.....	93
KESIMPULAN DAN SARAN	93
5.1. Kesimpulan	93
5.2. Saran	94
5.2.1 Saran Akademis	94
5.2.2 Saran Praktis	95
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN.....	102



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1. Aplikasi Weverse pada Appstore	2
Gambar 1.2. Fitur Community pada Weverse.....	3
Gambar 1. 3. Pencapaian Enhypen di Weverse.....	5
Gambar 1. 4. Perbandingan jumlah pengikut Enhypen di Weverse.....	6
Gambar 1. 5. Screenshot bentuk postingan Enhypen di Weverse	7
Gambar 1. 6. Interaksi Enhypen dengan Penggemar Indonesia.....	8
Gambar 4. 1. Enhypen dan Logo Group	52
Gambar 4. 2. Logo Engene.....	53
Gambar 4. 3. Community Enhypen di Weverse.....	53
Gambar 4. 4. Screenshot Post Penggemar di Weverse.....	60
Gambar 4. 5. Screenshot interaksi informan dengan member Enhypen	64
Gambar 4. 6. Screenshot Post Jay Enhypen di Weverse	66
Gambar 4. 7. Screenshot interaksi hasil observasi platform Weverse	73
Gambar 4. 8. Screenshot Song Recommendation Member Enhypen.....	75

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	16
Tabel 3. 1 Daftar Informan.....	45



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Draft Pertanyaan Wawancara	102
Lampiran 2: Transkrip Wawancara Informan dan Dokumentasi Informan	107
Lampiran 3 : CV.....	156

