



**PERILAKU KOMUNIKASI PENGGEAR ENHYPEN
MELALUI MEDIA SOSIAL WEVERSE**

LAPORAN SKRIPSI

LIDYA APRILIA SALMANDA

44521010044

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2025

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lidya Aprilia Salmanda
NIM : 445210100044
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Perilaku Komunikasi Penggemar
Enhypen Melalui Media Sosial Weverse

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 25 Juni 2025



Lidya Aprilia Salmanda

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Lidya Aprilia Salmanda
NIM : 44521010044
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Perilaku Komunikasi
Penggemar Enhypen Melalui Media Sosial Weverse

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata I pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

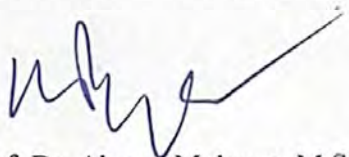
Pembimbing I	: Andi Pajolloi Bate, ()
NIDN	: 0303069401
Ketua Penguji	: Riki Arswendi, S. Sos, ()
NIDN	: 0316088503
Penguji Ahli	: Drs. Marwan ()
NIDN	: 0311036703

Jakarta, 25 Juni 2025

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


(Prof. Dr. Ahmad Mulvana. M.Si)


(Dr. Farid Hamid, M.Si)

ABSTRAK

Nama : Lidya Aprilia Salmanda

NIM : 44521010044

Program Studi : Komunikasi Digital

Judul Laporan Skripsi : Perilaku Komunikasi Penggemar Enhypen Melalui Media Sosial Weverse

Pembimbing : Andi Pajolloi Bate, S.Ikom, M.A

Fenomena K-Pop telah masuk ke Indonesia dengan cepat. Korean Pop atau disingkat K-Pop girlband dan boyband yang sangat digemari dengan banyaknya boyband, boyband Korea cenderung memiliki Tingkat kefanatikan yang relatif tinggi dari para penggemar. Fanatisme penggemar mencerminkan suatu perilaku fanatik mereka.

Aplikasi Weverse cukup menyenangkan dan interaktif antar penggemar dan idolnya bisa berinteraksi satu sama lain. Memudahkan Engene (penggemar Enhypen) mendapatkan informasi, berinteraksi, dan lebih dekat dengan Enhypen. Perilaku komunikasi yang dapat dikeluarkan oleh penggemar Enhypen dalam interaksi merupakan bentuk dari mereka dukungan dan juga aktivitas interaksi sesama penggemar untuk idola nya. Dengan Weverse ini akan mendapatkan informasi maupun mencari informasi mengenai tentang idola, hal tersebut menjadikan penggemar merasa lebih dekat satu sama lain dan kepada Enhypen.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana perilaku komunikasi penggemar Enhypen melalui media sosial Weverse. Paradigma penelitian menggunakan paradigma konstruktivisme dan menggunakan metode penelitian studi kasus. Teknik pengumpulan data menggunakan Miles dan Huberman yang terdiri dari wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik pemeriksaan keabsahan data menggunakan triangulasi sumber data. Subyek dalam penelitian adalah penggemar Enhypen yaitu Engene yang berjumlah 5 (lima) orang informan yang merupakan pengguna aktif media sosial Weverse dan mengikuti akun Enhypen selama 1(satu) tahun.

Hasil penelitian menunjukkan perilaku komunikasi penggemar Enhypen melalui media sosial Weverse memperlihatkan bahwa media sosial fandom berfungsi tidak hanya sebagai tempat untuk mengetahui informasi mengenai Enhypen, tetapi juga ruang aktif untuk membangun interaksi dengan menggunakan tiga Bahasa dengan idola maupun sesama penggemar, menggunakan komunikasi verbal dan nonverbal, lalu menuangkan rasa emosional saat berinteraksi dengan idol.

Kata Kunci : Komunikasi Digital, Perilaku Komunikasi, Weverse, Enhypen

ABSTRACT

Name : Lidya Aprilia Salmanda
NIM : 44521010044
Study Program : Digital Communication
Thesis Title : Communication Behavior of Enhypen Fans Through Weverse Social Media
Advisor : Andi Pajolloi Bate, S.Ikom, M.A

The K-Pop phenomenon has entered Indonesia rapidly. Korean Pop or abbreviated as K-Pop girl bands and boy bands are very popular with many boy bands, Korean boy bands tend to have a relatively high level of fanaticism from fans. Fanaticism reflects their fanatical behavior.

Weverse application is quite fun and interactive between fans and idols can interact with each other. It makes it easy for Engene (Enhypen fans) to get information, interact, and get closer to Enhypen. Communication behavior that can be issued by Enhypen fans in interaction is a form of their support and also the interaction activities of fellow fans for their idols. With this Weverse will get information or find information about idols, it makes fans feel closer to each other and to Enhypen.

The purpose of this research is to find out how the communication behavior of Enhypen fans through Weverse social media. The research paradigm uses the constructivism paradigm and uses case study research methods. The data collection technique uses Miles and Huberman which consists of interviews, observation, and documentation. The data validity checking technique uses data source triangulation. The subjects in the study were Enhypen fans, namely Engene, which amounted to 5 (five) informants who were active users of Weverse social media and followed the Enhypen account for 1 (one) year.

The results showed that the communication behavior of Enhypen fans through Weverse social media shows that fandom social media functions not only as a place to find out information about Enhypen, but also an active space to build interactions by using three languages with idols and fellow fans, using verbal and nonverbal communication, then pouring emotional feelings when interacting with idols.

Keywords : Digital Communication, Communication Behavior, Weverse, Enhypen

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa. Atas rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan Proposal penelitian yang berjudul **“Perilaku Komunikasi Penggemar Enhypen Melalui Media Sosial Weverse”**. Proposal penelitian ini, yang dipersiapkan sebagai bagian dari Tugas Akhir, berhasil diselesaikan dengan berbagai sumber online.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak Andi Pajolloi Bate, M. A, MBA selaku dosen pembimbing Tugas Akhir Program Studi S1 Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Serta teman-teman pada Program Studi Digital Komunikasi Angkatan 2021 dan pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan proposal ini. Penulis menyadari bahwa sesungguhnya telah menemukan berbagai ilmu pengetahuan dan juga pengalaman baru dalam menempuh perkuliahan ini. Penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Bapak Andi Pajolloi Bate, M. A, MBA selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir Skripsi senantiasa memberikan masukan dan dukungan, serta membimbing peneliti dengan sabar dan tegas dalam pembuatan Tugas Akhir ini.
2. Ibu Mardhiyyah, S.Ikom, M.Ikom selaku Dosen Pembimbing Akademis yang telah membantu arahan selama masa studi.
3. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
4. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Kaprodi Fakultas Ilmu Komunikasi.
5. Seluruh jajaran Dosen dan Staff Fakultas progam Studi Digital Communication Fakultas Ilmu Komunikasi Mercu Buana.
6. Orang Tua Peneliti, terima kasih atas sayangnya dan selalu memberikan dukungan yang sangat luar biasa kepada peneliti dalam penyelesaian Tugas Akhir.

7. Tentunya kakak – kakak dan keluarga besar peneliti yang memberikan support dan membantu memberikan masukan Tugas Akhir peneliti.
8. Sahabat SMP (Novi dan Zachra) dan sahabat SMA (Puput) peneliti yang luar biasa setia menemani dan support peneliti dalam mengerjakan Tugas Akhir.
9. Teman spesial peneliti, terima kasih telah menemani, bertukar pikiran dan memberikan support dalam proses Tugas Akhir.
10. Terima kasih juga kepada informan yang telah membantu dalam Tugas Akhir peneliti.
11. Terima kasih juga objek penelitian, peneliti yaitu Enhypen (Jungwon, Heeseung, Jay, Jake, Sunghoon, Sunoo, dan Ni-Ki) yang telah membantu peneliti semangat dalam mengerjakan Tugas Akhir serta memberikan kesenangan dalam konten-konten di Weverse dan juga Live di Weverse.
12. Dan tak lupa peneliti berterima kasih kepada diri sendiri karena selalu bertahan untuk tetap hidup dan juga tetap semangat menjalankan kehidupan yang sangat tidak bisa diprediksi, pesan untuk peneliti kepada diri sendiri tetap bertahan dan semangat menjalankan hidup.

Jakarta, 16 Mei 2025

Lidya Aprilia Salmanda

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Lidya Aprilia Salmanda
NIM : 44521010044
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Perilaku Komunikasi
Penggemar Enhypen Melalui Media Sosial 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 Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 25 Juni 2025

Yang menyatakan,



Lidya Aprilia Salmanda

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR PERSETUJUAN PUBLIKASI AKADEMIS	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Fokus Penelitian	13
1.3. Tujuan Penelitian	13
1.4. Manfaat Penelitian	13
1.4.1. Manfaat Akademis	13
1.4.2. Manfaat Praktis	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1. Penelitian Terdahulu	15
2.2. Kajian Teoritis	27
2.2.1. Komunikasi Digital	27
2.2.2. Komunikasi & Perilaku Komunikasi	30
2.2.3. Cyber Culture	33
2.2.4. Media Sosial	34
2.2.5. Digital Culture	36
2.2.6. Hyperpersonal Communication	38
2.2.7. Weverse	40
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	42
3.1. Paradigma Penelitian	42
3.2. Metode Penelitian	43
3.3. Subyek Penelitian	43

3.4. Teknik Pengumpulan Data	45
3.5. Teknik Analisis Data	46
3.6. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	50
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	50
4.1.1. Enhypen.....	50
4.1.2. Engene	51
4.1.3. Weverse Enhypen	52
4.1.4. Identitas Informan.....	55
4.2. Hasil Penelitian.....	57
4.2.1. Awal Mula Menjadi Engene.....	58
4.2.2. Pengalaman Dalam Menggunakan Platform Weverse	60
4.2.3. Intensitas Aktivitas Di Weverse Dalam Rentang Waktu Tertentu	63
4.2.4. Bentuk Komunikasi Yang Disampaikan Melalui Weverse	67
4.2.5. Interaksi Dengan Idola dan Penggemar Enhypen Melalui Weverse ...	71
4.2.6. Kecenderungan Arah Komunikasi Pengguna Weverse Terhadap Idola Atau Sesama Penggemar	74
4.2.7. Penyampaian Pesan Secara Verbal Dan Nonverbal Di Weverse	78
4.2.8. Penggunaan Bahasa Dalam Aktivitas Komunikasi Di Weverse	82
4.2.9. Perubahan Komunikasi Selama Menggunakan Weverse	86
4.2.10. Kecenderungan Interaksi Personal Maupun Kelompok Dalam Penggunaan Weverse.....	89
4.2.11. Perbandingan Bentuk Komunikasi Pengguna Di Weverse Dan Media Sosial Lain	92
4.2.12. Kesan Yang Diperoleh Dari Pengalaman Berkomunikasi Di Weverse	98
4.2.13. Observasi	106
4.3. Pembahasan	113
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	121
5.1. Kesimpulan	121
5.2. Saran	122
DAFTAR PUSTAKA.....	123
LAMPIRAN	127
CURRICULUM VITAE	141

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Weverse.....	4
Gambar 1.2 Tampilan Weverse Enhypen yang mengunggah idolnya untuk lebih dekat dengan Engene (sebutan penggemar Enhypen)	5
Gambar 1.3 Media pada aplikasi Weverse di Enhypen	6
Gambar 1.4 Postingan foto member Enhypen (Jungwon) untuk Engene.....	7
Gambar 1.5 Postingan Engene Indonesia yang di notice oleh Jungwon Enhypen dan Heeseung Enhypen	8
Gambar 1.6 Tampilan awal Weverse Enhypen	9
Gambar 2. 1 Aktivitas yang berkaitan dengan Pilar Digital Culture tahun 2022 ..	37
Gambar 4. 1 Logo Enhypen dan Enhypen.....	50
Gambar 4. 2 Logo Engene.....	51
Gambar 4. 3 Beranda Weverse Enhypen.....	52
Gambar 4. 4 Tampilan Beranda Weverse Enhypen Beserta Fitur.....	53
Gambar 4. 5 Observasi Akun Weverse Carissa.....	106
Gambar 4. 6 Observasi Akun Weverse Angelica	108
Gambar 4. 7 Observasi Akun Weverse Fian	109
Gambar 4. 8 Observasi Akun Weverse Dwi.....	110
Gambar 4. 9 Observasi Akun Weverse Elsa.....	111

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 3. 1 Subyek Penelitian	44
Tabel 4. 1 Data Informan.....	56
Tabel 4. 2 Matriks Penelitian.....	102

