



**ANALISIS PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL WEVERSE
DALAM INTERAKSI IDOL DAN PENGGEMAR NEO
CULTURE TECHNOLOGY**



LOEMONGGA ANGGITA MARTIZA

44221010134

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 : Loemongga Anggita Martiza

NIM : 44221010134

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : Analisis Pemanfaatan Media Sosial
Weverse Dalam Interaksi Idol dan
Penggemar NCT

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, 26 Juni 2025



Loemongga Anggita Martiza

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Loemongga Anggita Martiza
NIM : 44221010134
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Analisis Pemanfaatan Media Sosial Weverse Dalam Interaksi Idol dan Penggemar NCT

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

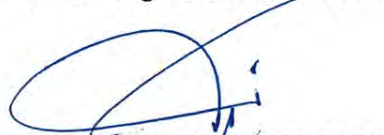
Pembimbing I	: Muthia Rahayu, M.Ikom	()
NIDN	: 0322029302	
Ketua Penguji	: Novi Erlita, S.Sos., M.A	()
NIDN	: 0309118502	
Penguji Ahli	: Marwan Mahmudi, M.Ikom	()
NIDN	: 0311036703	

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Jakarta, 07 Juli 2025
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi


(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


(Dr. Farid Hamid, M.Si)

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Loemongga Anggita Martiza
NIM : 44221010134
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Analisis Pemanfaatan Media Sosial Weverse Dalam Interaksi Idol dan Penggemar NCT

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.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Jakarta, 07 Juli 2025
Yang menyatakan,



(Loemongga Anggita Martiza)

ABSTRAK

Nama : Loemongga Anggita Martiza
NIM : 44221010134
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Analisis Pemanfaatan Media Sosial Weverse dalam Interaksi Idol dan Penggemar NCT
Pembimbing : Muthia Rahayu, S.I.Kom, M.I.Kom

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemanfaatan media sosial weverse dalam interaksi idol dan penggemar NCT. Dalam era digital saat ini, media sosial tidak hanya digunakan sebagai sarana hiburan saja tetapi juga menjadi platform untuk membangun hubungan sosial yang lebih personal dan interaktif lagi, salah satu contoh media sosial yang digunakan yaitu aplikasi Weverse. Aplikasi Weverse yang dibentuk oleh HYBE Corporation menjadi salah satu media sosial yang saat ini populer di kalangan penggemar K-pop, hal ini karena Weverse menjadi aplikasi khusus untuk idol dan penggemar melakukan interaksi meskipun berada di tempat yang berbeda.

Latar belakang penelitian ini dilandasi karena meningkatnya penggunaan aplikasi Weverse oleh penggemar K-pop khususnya bagi penggemar NCT yang ingin terus melakukan interaksi dengan para member sehingga meningkatkan hubungan emosional di antara keduanya, sebagai salah satu boygroup besar dari Korea Selatan NCT memiliki banyak sub unit dan jumlah anggota yang banyak dan sangat aktif dalam penggunaan Weverse untuk melakukan interaksi dengan penggemar seperti membagikan aktivitas mereka, melakukan siaran *live*, membalas komentar penggemar, serta membuat konten eksklusif.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deksriptif dengan paradigma postpositivisme untuk memahami secara mendalam bentuk interaksi yang terjadi. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, serta dokumentasi terhadap lima orang informan yang merupakan penggemar NCT dan aktif dalam menggunakan aplikasi Weverse. Pendekatan ini dipilih karena mampu menggali pengalaman, persepsi, dan alasan personal informan dalam menggunakan aplikasi Weverse sebagai aplikasi untuk melakukan interaksi dengan member NCT.

Penelitian ini menggunakan teori interaksi untuk menjelaskan bagaimana interaksi terjadi di antara idol dan penggemar, serta teori budaya populer yang digunakan untuk menelaah bagaimana interaksi ini menjadi bagian dari penyebaran budaya K-pop secara global. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Weverse bukan hanya sekedar platform media sosial biasa tetapi menjadi ruang komunikasi dua arah yang intens dan partisipatif. Para penggemar merasa memiliki kedekatan emosional dengan idol melalui interaksi yang terjadi pada aplikasi Weverse.

Selain itu, Weverse juga menjadi bagian dari strategi personal branding idol di mana setiap unggahan, komentar, dan interaksi yang dilakukan oleh member NCT mampu membentuk citra diri yang lebih dekat dan autentik bagi penggemar. Tidak hanya itu aplikasi Weverse juga mendukung dari aspek ekonomi hal ini dilihat dari fitur berbayar yang ada di aplikasi Weverse seperti fitur membership, penjualan merchandise, hingga tiket konser yang dapat di beli di aplikasi Weverse. Hal ini menunjukkan bahwa interaksi di media sosial juga dapat memberikan keuntungan secara komersial bagi idol, agensi, maupun platform itu sendiri.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Weverse memiliki peran yang sangat penting dalam menciptakan ruang interaksi yang tidak hanya bersifat hiburan, tetapi juga memperkuat kedekatan emosional antara idol dan penggemar NCT, membentuk budaya partisipatif, dan menjadi sarana penyebaran budaya populer Korea Selatan. Interaksi yang terjadi di dalam Weverse membuktikan bahwa media sosial mampu menjadi platform yang efektif untuk melakukan interaksi walaupun terdapat waktu dan jarak yang berbeda.

Kata Kunci: Budaya Populer, Penggemar NCT, Weverse, Komunikasi Dua Arah, Teori Interaksi



ABSTRACT

Name : Loemongga Anggita Martiza
Student ID : 44221010134
Study Program : Ilmu Komunikasi
Tittle of Thesis : Analisis Pemanfaatan Media Sosial Weverse dalam Interaksi Idol dan Penggemar NCT
Counsellor : Muthia Rahayu, S.I.Kom, M.I.Kom

This study aims to analyze the use of the Weverse social media platform in the interaction between idols and fans of NCT. In today's digital era, social media is not only used as a means of entertainment, but also functions as a platform to build more personal and interactive social relationships. One such platform is the Weverse application. Developed by HYBE Corporation, Weverse has become a popular social media platform among K-Pop fans, as it provides a dedicated space for idols and fans to interact with each other, even from different locations.

The background of this research stems from the increasing use of Weverse by K-Pop fans, especially those of NCT, who wish to stay connected and emotionally engaged with the group. As one of the major boy groups from South Korea, NCT consists of many sub-units and numerous members, and they are highly active in using Weverse to communicate with fans by sharing their activities, doing live broadcasts, replying to fan comments, and posting exclusive content.

This research employs a descriptive qualitative approach with a post-positivist paradigm to gain an in-depth understanding of the forms of interaction that occur. Data was collected through in-depth interviews, observation, and documentation involving five informants who are NCT fans and active Weverse users. This approach was chosen to explore the informants' experiences, perceptions, and personal reasons for using Weverse as a platform to interact with NCT members.

The study is based on interaction theory, which explains how communication occurs between idols and fans, and popular culture theory, which explores how this interaction contributes to the global spread of K-pop. The findings reveal that Weverse is not merely an ordinary social media platform, but rather a space for intensive and participatory two-way communication. Fans feel an emotional closeness with idols through the interactions they experience on Weverse.

Moreover, Weverse serves as a tool for personal branding, where each post, comment, and interaction from NCT members helps shape a more relatable and authentic image for fans. In addition, Weverse also supports the economic aspect through its paid features, such as membership subscriptions, merchandise sales, and concert ticket purchases available directly on the app. This indicates that interaction via social media can also provide commercial benefits for idols, agencies, and the platform itself.

In conclusion, Weverse plays a significant role in creating an interaction space that is not only entertaining but also strengthens the emotional bond between idols and NCT fans, fosters participatory culture, and acts as a medium for spreading South Korean popular culture. The interaction that takes place on Weverse demonstrates that social media can be an effective platform for communication despite differences in time and distance.

Keywords: Popular Culture, NCT Fans, Weverse, Two way Communication, Interaction Theory.



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmah dan hidayah Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan proposal tugas akhir ini dengan judul “ANALISIS PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL WEVERSE DALAM INTERAKSI IDOL DAN PENGGEMAR NCT”. Proposal tugas akhir ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Bidang Studi S1 Public Relation Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Penyusunan tugas akhir ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan, dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini peneliti ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan tugas akhir kepada:

1. Ibu Muthia Rahayu, S.Ikom, M.Ikom selaku dosen pembimbing saya yang telah membimbing serta memotivasi saya menyelesaikan penyusunan skripsi ini
2. Ibu Novi Erlita, S.Sos, Ma selaku ketua Sidang terima kasih atas waktu, perhatian, dan masukan-masukan yang sangat berarti dalam proses penyempurnaan skripsi saya.
3. Bapak Marwan Mahmudi, M.Si selaku dosen penguji yang memberikan saran dan kritik yang membangun untuk saya
4. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
5. Ibu Dr. Melly Ridaryanthi, M.Soc. Sc, Ph.d selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana

6. Terima kasih kepada kedua orang tua serta abang, Mama Mylla Meytria Nasution dan papa Pramono Hadiano, serta abang yaitu Muhammad Raja. terima kasih atas doa, bimbingan, serta kasih sayang yang selalu diberikan selama ini.
7. Terimakasih juga kepada seluruh keluarga yaitu om, tante, kakek, dan nenek saya atas doa, bimbingan, serta kasih sayang yang selalu diberikan selama ini.
8. Kepada teman kuliah, sahabat, teman magang, dan teman lainnya yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.
9. Kepada para informan karena telah meluangkan waktunya untuk menjawab semua pertanyaan dan bersedia untuk saya tanyai.
10. Seluruh pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

Peneliti menyadari proposal ini tidak luput dari berbagai kekurangan. Peneliti mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan dan perbaikannya sehingga akhirnya laporan proposal ini dapat memberikan manfaat serta dapat dikembangkan lebih lanjut.

Jakarta, 20 Juni 2025

Peneliti

Loemongga Anggita Martiza

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1 Manfaat Akademis.....	10
1.4.2 Manfaat Praktis.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2 Kajian Teoritis.....	18
2.2.1 Komunikasi.....	18
2.2.2 Interaksi	21
2.2.3 Fitur-Fitur Di Weverse	22
2.2.4 Budaya Populer.....	24
2.2.5 Korean Pop.....	26
2.2.6 Media Sosial	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	32
3.1 Paradigma Penelitian	32
3.2 Metode Penelitian.....	33
3.3 Subjek Penelitian.....	36
3.3.1 Informan	36
3.4 Teknik Pengumpulan Data	38
3.4.1 Data Primer	38
3.4.2 Data Sekunder.....	39
3.5 Teknik Analisis Data	39
3.6 Teknik Pemeriksaan Pengabsahan Data	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	43
4.1.1 Profil Weverse	43
4.1.2 Neo Culture Technology (NCT).....	45
4.2 Hasil Penelitian	47
4.2.1 Interaksi	47
4.2.1.1 Faktor Imitasi.....	47

4.2.1.2 Faktor Sugesti	51
4.2.1.3 Faktor Identifikasi.....	55
4.2.1.4 Faktor Simpati	59
4.2.2 Budaya Populer.....	63
4.2.2.1 Tren.....	63
4.2.2.2 Keseragaman Bentuk	66
4.2.2.3 Adaptabilitas	69
4.2.2.4 Durabilitas.....	72
4.2.2.5 Profitabilitas.....	76
4.3 Pembahasan.....	81
4.3.1 Interaksi	82
4.3.2 Budaya Populer.....	86
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	92
5.1 Kesimpulan.....	92
5.2 Saran.....	94
5.2.1 Saran Akademis	94
5.2.2 Saran Praktis	95
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN.....	100



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Aplikasi Weverse	2
Gambar 1. 2 Tampilan Akun NCT 127 pada Aplikasi Weverse.....	4
Gambar 1. 3 Tampilan Akun NCT Dream pada Aplikasi Weverse.....	4
Gambar 1. 4 Tampilan Akun WayV pada Aplikasi Weverse	5
Gambar 1. 5 Tampilan Akun NCT Wish pada Aplikasi Weverse	5
Gambar 4. 1 Logo Weverse.....	43
Gambar 4. 2 Anggota Neo Culture Technology (NCT).....	45
Gambar 4. 3 Postingan Penggemar NCT	80
Gambar 4. 4 Penggemar Saling Membalas Komentar	80
Gambar 4. 5 Member NCT Membalas Komentar Penggemar.....	81
Gambar Wawancara 1. Dokumentasi Wawancara Informan 1	107
Gambar Wawancara 2. Dokumentasi Wawancara informan 2	112
Gambar Wawancara 3. Dokumentasi Wawancara Informan 3	119
Gambar Wawancara 4. Dokumentasi Wawancara Informan 4	125
Gambar Wawancara 5. Dokumentasi Wawancara Informan 5	131

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian terdahulu.....	17
Tabel 3. 1 Daftar Informan.....	37



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Draft Pertanyaan Wawancara	100
Lampiran 2. Transkrip Wawancara	102
Lampiran 3. Curriculum Vitae (CV)	132

