



**PERILAKU KOMUNIKASI INTERPERSONAL PADA FANS
K-POP DI APLIKASI WEVERSE SEBAGAI MEDIA HIBURAN**

LAPORAN SKRIPSI

Disusun Oleh :

NURUL AMALIYAH

44220120019

**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 : Nurul Amaliyah
NIM : 44220120019
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : PERILAKU KOMUNIKASI INTERPERSONAL
PADA FANS K-POP DI APLIKASI WEVERSE
SEBAGAI MEDIA HIBURAN

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 Juli 2025



Nurul Amaliyah

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Nurul Amaliyah
NIM : 44220120019
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : PERILAKU KOMUNIKASI INTERPERSONAL
PADA FANS K-POP DI APLIKASI WEVERSE
SEBAGAI MEDIA HIBURAN

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 1 : Rika Yessica Rahma, M. Ikom ()
NIDN : 0314057804
Ketua Penguji : Novi Erlita, S.Sos, M.A ()
NIDN : 0309118502
Penguji Ahli : Engga Probi Endri, S.I.Kom., M.A. ()
NIDN : 0317089402

MERCU BUANA

Jakarta, 25 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 civitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nurul Amaliyah
NIM : 44220120019
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : PERILAKU KOMUNIKASI INTERPERSONAL
PADA FANS K-POP DI APLIKASI WEVERSE
SEBAGAI MEDIA HIBURAN

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 Juli 2025

Yang menyatakan,



(Nurul Amaliyah)

ABSTRAK

Nama : Nurul Amaliyah
NIM : 44220120019
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : PERILAKU KOMUNIKASI INTERPERSONAL
PADA FANS K-POP DI APLIKASI WEVERSE
SEBAGAI MEDIA HIBURAN
Pembimbing : Rika Yessica Rahma, M.I.Kom

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji perilaku komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh penggemar K-Pop melalui aplikasi *Weverse* sebagai sarana hiburan digital. *Weverse* sebagai platform resmi buatan HYBE Corporation menawarkan berbagai fitur komunikasi dan konten *eksklusif* yang memungkinkan interaksi virtual antara penggemar dan idola. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi Alfred Schutz untuk memahami pengalaman subjektif para informan dalam membangun relasi di dalam aplikasi tersebut.

Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam terhadap delapan informan yang merupakan pengguna aktif *Weverse* dan tergolong penggemar K-Pop. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi mereka dalam menggunakan *Weverse* tidak hanya didasari oleh keinginan untuk memperoleh informasi langsung dari idola, tetapi juga untuk mengekspresikan emosi, menjalin hubungan parasosial, dan mempererat interaksi sosial dengan sesama penggemar. *Weverse* dianggap sebagai ruang yang aman dan nyaman bagi pengguna untuk melepaskan perasaan, mencurahkan cerita pribadi, serta membangun ikatan emosional dengan komunitas global penggemar.

Temuan ini menekankan bahwa komunikasi yang terjadi dalam *Weverse* bersifat kompleks tidak hanya sebagai sarana informatif, tetapi juga sebagai media emosional dan sosial yang membentuk makna secara personal bagi para penggemarnya. Penggunaan fitur-fitur seperti *live streaming*, komentar, serta fans letter memperlihatkan bahwa relasi yang terbentuk bersifat multidimensional dan turut membentuk identitas digital para pengguna.

Dengan demikian, penelitian ini menyimpulkan bahwa perilaku komunikasi interpersonal yang berlangsung di *Weverse* merupakan hasil dari interaksi yang sarat makna, baik secara simbolik maupun emosional. Aplikasi ini tidak hanya berfungsi sebagai jembatan antara idola dan penggemar, tetapi juga sebagai media hiburan yang membangun solidaritas komunitas. Pendekatan fenomenologi Alfred Schutz menjadi relevan untuk menggali secara mendalam proses pemaknaan subjektif dalam komunikasi digital berbasis fandom.

Kata Kunci: Komunikasi Interpersonal, *Weverse*, *Fans* K-Pop, Media Hiburan, Fenomenologi Alfred Schutz.

ABSTRACT

Name : Nurul Amaliyah
NIM : 44220120019
Study Program : Communication Sciences, Public Relations
Studies Thesis Title : ***Interpersonal Communication Behavior Among K-Pop Fans on the Weverse Application as a Form of Entertainment Media***
Supervising Lecturer : Rika Yessica Rahma, M.I.Kom

This research aims to examine the interpersonal communication behavior of K-Pop fans on the Weverse application as a form of digital entertainment. Developed by HYBE Corporation, Weverse provides official access to artists and includes various features that facilitate interaction between fans and their idols. Adopting a qualitative approach and using Alfred Schutz's phenomenological method, this study explores the subjective experiences of users in constructing meaning through digital communication on the platform.

Data were gathered through in-depth interviews with eight active Weverse users who identify as dedicated K-Pop fans. The results reveal that the fans' motivation to use the app goes beyond the need for updates; it includes emotional expression, parasocial engagement, and social connection with fellow fans. Weverse is perceived as a safe and emotionally resonant space that allows users to share personal stories, express feelings, and create a sense of community with people from diverse backgrounds.

The findings show that communication on Weverse is not merely about exchanging information, but involves emotional and symbolic layers that contribute to the users' personal meaning-making. Interactive features such as live streaming, direct comments, and fan letters illustrate how fan-idol relationships are built on multidimensional connections that shape users' digital identities.

In conclusion, the interpersonal communication behavior exhibited on Weverse is a reflection of meaningful and emotionally charged interactions. The application acts not only as a communication bridge between idols and fans, but also as an entertainment medium that fosters a strong sense of community. Alfred Schutz's phenomenological framework provides a valuable lens to uncover the subjective meanings behind digital communication practices within fandom spaces.

Keywords: *Interpersonal Communication, Weverse, K-Pop Fans, Entertainment Media, Alfred Schutz's Phenomenology.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, berkat rahmat, dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan judul **"Perilaku Komunikasi Interpersonal Pada Fans K-POP Di Aplikasi Weverse Sebagai Media Hiburan"** dengan baik dan lancar. Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk mendapatkan gelas Strata 1 (S1) Bidang Studi *Public Relations* Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.

Saat menjalankan perkuliahan, peneliti menyadari bahwa peneliti telah menemukan berbagai ilmu pengetahuan baru serta pengalaman yang sangat penting bagi peneliti. Pengalaman dan ilmu yang didapatkan oleh peneliti dari perkuliahan tidak serta merta peneliti dapatkan tanpa adanya bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak, sehingga segala kesulitan yang dapat peneliti hadapi dan atasi dengan baik dari arahan berbagai pihak yang membantu peneliti

Dalam penulisan Tugas Akhir ini, peneliti ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang terlibat. Atas bimbingan, dan saran-sarannya penulis dapat menyusun Tugas Akhir ini dengan baik, lancar dan tepat waktu. Penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Rika Yessica Rahma, M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir Skripsi yang senantiasa memberikan semangat, dan cinta untuk peneliti, serta membimbing peneliti dengan sabar dalam pembuatan Tugas Akhir.
2. Bapak Prof. Ahmad Mulyana M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
3. Bapak Dr. Farid Hamid Umarela, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Novi Erlita, S.Sos, M.A selaku Sekertaris Bidang Studi *Public Relations* Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Seluruh Dosen dan Sraff Bidang Studi *Public Relations* Universitas Mercu Buana yang senantiasa membantu peneliti selama peneliti menempuh studi.
6. Kedua orang tua penulis, Abi Teguh Widodo dan Umi Nur Choyimah yang senantiasa memberikan nasihat dan dukungannya agar peneliti dapat

menyelesaikan studi di Universitas Mercu Buana dengan nilai yang baik.

7. Kakak dan adik penulis Dewi Halimah Shoolihah dan Yusron Nurudin yang senantiasa memberikan semangat dan mengibur peneliti ditengah perjuangan peneliti untuk menyelesaikan studi.
8. Rifki Adia Wardhana selaku teman peneliti yang senantiasa memberikan dukungannya tanpa henti.
9. Teman-teman informan Crystal, Euis, Elisabet, Nurhaliza, Nazua, Putri, Yuli Yanti yang telah bersedia membantu peneliti dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini, serta memberikan semangat untuk peniliti.
10. Untuk Elsa, Indah, Lizza, Nanda, Warnisah sebagai sahabat dan teman seperjuangan peneliti yang selalu mendampingi dan mendukung dalam membuat Tugas Akhir ini.
11. Rekan-rekan Mahasiswa/i Faktultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah membantu penulis hingga selesainya penelitian ini.
12. Seluruh pihak yang telah terlibat dalam penulisan Tugas Akhir ini yang tidak dapat peneliti sebutkan secara satu persatu.

Akhir kata peneliti sangat berharap Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi Universitas Mercu Buana Bidang Studi *Public Relations*, serta dapat berguna untuk menambah wawasan serta pengetahuan bagi pembaca. Peneliti menyadari bahwa di dalam Tugas Akhir ini terdapat kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Maka dari itu, peneliti berharap adanya kritik dan saran demi perbaikan Tugas Akir yang di buat agar menjadi lebih baik.

Jakarta, 25 Juli 2025

Peneliti



Nurul Amaliyah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR BAGAN.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Fokus Penelitian.....	7
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	7
1.4.1. Manfaat Akademis	7
1.4.2. Manfaat Praktis	8
BAB II	9
TINJUAN PUSTAKA	9
2.1. Penelitian Terdahulu.....	9
2.2. Kajian Teoritis.....	20
2.2.1. Fenomenologi Alfred Schutz.....	21

2.2.2.	Definisi Komunikasi	23
2.2.2.1	Komunikasi	23
2.2.2.2	Komunikasi Interpersonal	25
2.2.2.3	Tujuan Komunikasi Interpersonal.....	25
2.2.2.4	Komunikasi Verbal Dan Komunikasi Non Verbal Digital	26
2.2.3.	Perilaku Komunikasi Dalam Berinteraksi.....	28
2.2.3.1	Definisi Perilaku Komunikasi	28
2.2.3.2	Faktor Dari Perilaku Komunikasi	28
2.2.4.	Media Sosial.....	30
2.2.4.1	Definisi Media Sosial.....	30
2.2.4.2	Jenis Media Sosial.....	30
2.2.5.	Weverse	31
2.2.6.	Penggemar.....	32
2.2.7.	Media Sebagai Hiburan.....	34
BAB III		36
METODOLOGI PENELITIAN		36
3.1.	Paradigma Penelitian.....	36
3.2.	Metode Penelitian.....	36
3.3.	Subjek Penelitian.....	37
3.4.	Teknik Pengumpulan Data	39
3.4.1.	Data Primer	39
3.4.2.	Data Sekunder	40
3.5.	Teknik Analisis Data	40
3.6.	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	41

BAB IV	45
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	45
4.1.1. Profil Weverse	45
4.2. Hasil Penelitian	52
4.2.1. Data Pribadi Informan.....	52
4.2.2. Awal Mula Mengenal Idol dan Menggunakan Aplikasi <i>Weverse</i>	52
4.2.3. Motif dan Tujuan Informan Menggunakan Aplikasi <i>Weverse</i>	57
4.2.4. Makna dan Komunikasi di <i>Weverse</i> Bagi Informan	68
4.2.5. Komunikasi Interpersonal di Aplikasi <i>Weverse</i>	73
4.2.6. Makna dan Tujuan Berkomunikasi Antara Informan, <i>Idol</i> , dan Penggemar di Aplikasi <i>Weverse</i>	81
4.3. Pembahasan.....	84
4.3.1. Makna dan Tujuan Komunikasi di Aplikasi <i>Weverse</i>	85
4.3.2. Perilaku Komunikasi <i>Interpersonal Fans</i>	87
4.3.3. Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Komunikasi	90
4.3.4. <i>Weverse</i> Sebagai Media Hiburan	92
BAB V.....	94
PENUTUP.....	94
5.1. Kesimpulan	94
5.2. Saran.....	94
5.2.1. Saran Akademis	95
5.2.2. Saran Praktis	95
DAFTAR PUSTAKA.....	97
LAMPIRAN.....	100

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Antusiasme Budaya Korea Selatan di Berbagai Negara	1
Gambar 1. 2 Top 10 Favorite Musik di Indonesia	2
Gambar 1. 3 Siaran langsung Jin BTS, Pada Aplikasi Weverse	5
Gambar 4. 1 Logo <i>Weverse</i>	45
Gambar 4. 2 Tampilan <i>Weverse</i>	46
Gambar 4. 3 Fitur Komentar Interaksi Langsung	47
Gambar 4. 4 Fitur Siaran Langsung (<i>Live</i>).....	48
Gambar 4. 5 Fitur Komunitas Penggemar (<i>Fans Letter</i>)	48
Gambar 4. 6 Fitur <i>Weverse Shop</i>	49
Gambar 4. 7 Fitur <i>Weverse Shop (Membership)</i>	49
Gambar 4. 8 Fitur Penerjemah	50
Gambar 4. 9 Fitur <i>Hide From Artist</i>	50
Gambar 4. 10 Fitur Pemberitahuan Atau Notifikasi	51
Gambar 4. 11 Fitur <i>Variety Show</i>	51
Gambar 4. 12 Fitur <i>Live Streaming</i>	86
Gambar 4. 13 Bentuk Perilaku Fans di Aplikasi <i>Weverse</i>	89

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3. 1 Informan Penelitian.....	38
Tabel 4. 1 Informan Penelitian.....	52



DAFTAR BAGAN

Bagan 4. 1 Keterkaitan Antar Motif.....	68
Bagan 4. 2 Keterkaitan Antar Makna.....	73
Bagan 4. 3 Komunikasi Interpersonal di Aplikasi <i>Weverse</i>	81
Bagan 4. 4 Makna dan Tujuan Komunikasi di <i>Weverse</i>	84

