

## INTERAKSI PARASOSIAL IDOL NCT DALAM MEMBANGUN KEDEKATAN DENGAN NCTZEN

Oleh:

**Nurul Hidayatulloh**

**Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya**

korespondensi : [nurulhidayatulloh152@gmail.com](mailto:nurulhidayatulloh152@gmail.com)

### ABSTRAK

*Tujuan penelitian ini menjelaskan interaksi Parasosial Idol NCT dalam membangun kedekatan dengan NCTzen melalui youtube. Penelitian ini menggunakan konsep interaksi parasosial dan Computer Mediated Communication. Metode yang digunakan yaitu kualitatif dengan pendekatan etnografi digital dan teknik yang digunakan yaitu observasi online yang dilakukan pada kegiatan interaksi parasosial pada Youtube NCT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses interaksi parasosial pada Idol NCT dalam membangun kedekatan dengan NCTzen ditandai dengan interaksi di kolom komentar youtube terhadap konten-konten yang ditayangkan oleh NCT seperti live streaming, video daily life, MV, variety show. Interaksi dilakukan secara berulang oleh NCTzen dan NCT.*

*Kata Kunci: Interaksi Parasosial, Kpop, Youtube*

### ABSTRACT

*The purpose of this study is to explain NCT's Parasocial Idol interactions in building closeness with NCTzen through YouTube. This study uses the concept of parasocial interaction and Computer Mediated Communication. The method used is qualitative with a digital ethnographic approach and the technique used is online observation conducted on parasocial interaction activities on Youtube NCT. The results showed that the process of parasocial interaction on NCT Idols in building closeness with NCTzen was marked by interactions in the YouTube comments column on the content broadcast by NCT such as live streaming, daily life videos, MV, variety shows. The interaction was repeated by NCTzen and NCT.*

*Keywords: Parasocial Interaction, Kpop, Youtube*

### PENDAHULUAN

Perkembangan media teknologi dan informasi membuat perubahan yang sangat besar di dunia terutama di Indonesia hal tersebut mengubah budaya dan pola komunikasi masyarakat kedalam suatu bentuk yang baru dan campuran. Adanya perkembangan globalisasi dan teknologi informasi membuat aktivitas bertukar informasi dan berkomunikasi semakin lebih mudah dan maju dengan memanfaatkan jaringan internet saja, informasi dan

komunikasi bisa langsung kita terima sehingga komunikasi yang terjadi sangat luas interaksinya baik dimanapun dan kapan pun.

Media massa merupakan salah satu alat untuk bertukar informasi dan komunikasi, salah satu media yang sering digunakan yaitu Youtube. Youtube merupakan salah satu platform penyedia layanan video terbesar yang digunakan saat ini karena penggunaanya tanpa batas waktu dan durasi yang ada pada Youtube ini bisa panjang atau pendek tergantung pada konten yang tersedia di Youtubanya. Menurut

(Sianipar, 2013) YouTube merupakan media massa yang menyediakan sebuah konten video yang beragam baik hiburan, musik, film, dan lain-lain.

Penggunaan Youtube ini juga dimanfaatkan oleh para Idol Kpop untuk selalu update konten-konten yang menarik terutama pada salah satu boyband korea yaitu NCT, gunanya untuk selalu bisa berkomunikasi antara para fans dan idol. Dengan adanya Youtube ini mempermudah Idol Kpop untuk selalu memberikan atau meng-upload video-video baik video MV, video daily life, video game, live streaming, variety show, dan lain sebagainya yang sudah terjadwal penayangannya oleh pihak agensinya. Biasanya para fans menggunakan Bubble dan VLive atau aplikasi berbayar lainnya untuk mengetahui aktivitas idolnya tetapi hal ini berbeda dengan NCT mereka lebih sering menggunakan media Youtube untuk berinteraksi langsung oleh penggemarnya meski boyband NCT tersebut juga menggunakan Bubble dan VLive untuk berinteraksi dengan para fansnya hanya jika menggunakan Bubble dan VLive para fans harus mengeluarkan sedikit uang untuk berlangganan aplikasi tersebut.

Kpop atau korean wave akhir-akhir ini menjadi sangat populer di kalangan masyarakat terutama pada para remaja, pastinya ketika kita mendengar idol kpop NCT atau yang biasa disebut dengan *Neo Culture Technology* semua mayoritas pecinta kpop atau korea pasti mengenalnya bahkan non kpop juga pasti tidak asing dengan nama boyband korea yang satu ini. NCT merupakan boyband yang dibentuk oleh *SM Entertainment* dimana ada beberapa bagian-bagian sub-unit nya yaitu NCT U, NCT 127, NCT Dream, dan WayV, serta member NCT ini merupakan boyband campuran dari beberapa negara lain yaitu Jepang, China,

Canada, Amerika, Hongkong, Taiwan, Makau, dan Thailand.

Komunikasi yang terjadi dari anggota NCT dan NCTzen ini yaitu masspersonal komunikasi dengan menggunakan jaringan internet atau CMC (*Computer Mediated Communication*) Idol Kpop NCT dan para fans NCT atau NCTzen bisa menyampaikan pesan-pesan interpersonal dengan menggunakan media Youtube. Idol Kpop NCT dan para fans NCT atau NCTzen bisa menyampaikan pesan-pesan interpersonal dengan menggunakan media Youtube. Meski komunikasi yang terjadi tidak secara langsung dalam arti tidak bertatap muka tetapi hal tersebut mentransformasi interaksi sosial yaitu hubungan, komunikasi, dan identitas dari NCT dan NCTzen (Vience Mutiara Rumata, 2017).

Adanya media Youtube ini membuat para remaja atau fans NCT menjalin hubungan yang semakin dekat dengan mengetahui aktivitas, lagu kesukaan, makanan kesukaan, serta bercandaan para member. Tak sering para member juga sering live di Youtube untuk mempromosikan kegiatan mereka seperti album, film, dan lain-lainnya. Sehingga para penggemar atau NCTzen merasa mengenal secara personal tokoh atau sifat para idolnya melalui Youtube, hal ini disebut dengan interaksi parasosial. Interaksi parasosial merupakan pemberian respon oleh seseorang atau individu kepada figur melalui media yang seakan-akan bahwa figur tersebut berada dalam suatu ruangan tempat individu berada, media yang digunakan dapat merespon secara otomatis atas komenan pada penampilan dari figur baik secara verbal dan nonverbal (Stever, 2013).

Dalam hubungan parasosial ini terjadinya komunikasi satu arah dimana dimana NCTzen yang belum pernah bertemu dengan NCT merasakan hubungan yang sangat dekat dengan idol mereka. Menurut (Stever, 1993) hal ini, dapat dilihat dari tiga aspek

yaitu; *task attraction* (Disebabkan atas bakat yang dimiliki oleh idol yang membuat para fans nya kagum atau tertarik), *identification attraction* (Disebabkan atas perasaan ingin menjadi idol tersebut atau merasa ada kemiripan atau kesamaan dengan idolnya), dan *romantic attraction* (Disebabkan atas dasar perasaan yang romantis kepada idol tersebut dan menyukai idol tersebut secara seksual).

Masalah penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana komunikasi yang terjadi antara NCT dan NCTzen terhadap tayangan NCT di Youtube serta mengapa NCT lebih memilih Youtube sebagai media yang paling sering digunakan untuk berinteraksi dengan para fansnya dibandingkan di Vlive atau platform lainnya serta terjadinya kedekatan antara fans dan Idol yang mengarah pada intraksi parasosial dengan menggunakan media Youtube ini, sehingga dalam mengidolakan Idol tersebut banyak fans-fans yang fanatik yang mengaku-ngaku sami, pacar, dan lain sebagainya bahkan terkadang juga para fans tidak hanya mengikuti para Idolnya dalam media sosial Youtube, Instagram, Twitter, Vlive, dan lain-lainnya mereka bisa sampai mengikuti ke agensi bahkan mereka sampai ke asrama Idol mereka demi mendapatkan perhatian Idol mereka. Peneliti sangat tertarik untuk mengungkapkan atau memberikan gambaran tentang bagaimana tayangan Youtube NCT memberikan dampak terhadap para fansnya atas konten-konten atau video NCT serta para NCTzen memberikan komentar terhadap tayangan NCT di Youtube. Penelitian ini sangat penting dilakukan dikarenakan untuk bisa mengetahui strategi komunikasi yang dilakukan NCT terhadap NCTzen pada tayangan atau kontennya di Youtube.

Sebelumnya sudah ada beberapa jurnal yang mengkaji mengenai "Interaksi Parasosial Idol NCT Dalam Membangun Kedekatan

Dengan NCTzen". Tetapi masing-masing penelitian memiliki keunikan tersendiri berdasarkan dari jurnal yang berjudul "Interaksi Parasosial Penggemar Kpop Di Media Sosial (Studi Kualitatif Pada Fandom Army Di Twitter)" oleh *Eka Putri Wardani dan Rina Sari Kusuma* (2021) pada penelitian dalam jurnal tersebut peneliti lebih berfokus pada proses interaksi parasosial dan aktivitas yang dilakukan oleh para Army atau penggemar BTS dalam media sosial Twitter pada respon serta tanggapan-tanggapan para fans BST dan BTS. Selanjutnya pada jurnal yang berjudul "Strategi Komunikasi Interpersonal Dan Pengelolaan Konflik Untuk Menjaga Dinamika Komunikasi Dalam Komunitas K-Pop Dance Cover Light Galaxy Entertainment Semarang Agar Tetap Eksis" oleh *Lutfi Oktavia Dew* (2011) pada penelitian dalam jurnal tersebut peneliti lebih berfokus untuk mengerti strategi komunikasi interpersonal dan pengolahan masalah atau perselisihan pada komunitas Kpop Dance Cover Light Galaxy Entertainment guna membangun perubahan yang baik pada hubungan komunitas ini bisa eksis serta bertahan sampai saat ini.

Berbeda dari jurnal sebelumnya, pada penelitian dalam jurnal yang berjudul "Komunikasi Interpersonal Akun Parodi Idol K-Pop dengan Fans di Media Sosial" oleh *Rahayu Mutiasari, Anne Maryani* (2021) peneliti lebih berfokus media dan jaringan pertemanan dalam manfaatnya adanya memegang akun parodi dari media Instagram, WhatsApp, dan lain-lainnya yang dimana menambah fans dan juga menambah jaringan pertemanan dalam NCTzen. Sedangkan pada penelitian "Interaksi Parasosial Idol NCT Dalam Membangun Kedekatan Dengan NCTzen" peneliti tertarik untuk menggambarkan atau menjelaskan strategi komunikasi atau aktivitas yang terjadi pada Kpop Idol NCT dalam konten atau videonya di Youtube yang membuat kedekatan antara idol

dan fans sehingga membuat fans antusias selalu menunggu konten atau videonya setiap harinya.

Ciri khas yang sangat unik pada musik dan tarian ditambah dengan adanya teori-teori pada setiap karyanya membuat para fans semakin penasaran ditambah fashion artis idol kpop NCT sangat trend atau kekinian sehingga membuat para remaja termasuk kaum perempuan dibuat tertarik atau jatuh cinta pada idol kpop NCT tersebut bahkan tak hanya kaum perempuan saja yang menyukai NCT kaum laki-laki pun juga karena tertarik akan inspirasi fashionnya, suaranya, jenis musiknya, dan lain sebagainya, ditambah lagi dengan adanya visual yang beserta citra yang dibuat oleh agensinya.

Interaksi parasosial yang terjadi dalam penelitian ini menggunakan konsep interaksi parasosial dan masspersonal komunikasi, sehingga membuat terjadinya fenomena Kpop Idol NCT terhadap tayangan atau kontennya di Youtube serta para fans atau NCTzen secara aktif menggunakan Youtube untuk mengetahui aktivitas idolnya dan juga untuk mendukung kerja keras idolnya dengan menonton MV atau mendengarkan musiknya, daily life atau kegiatan sehari-hari yang dilakukan idol kpop NCT, game, film, live streaming, promosi-promosi, variety show, dan lain-lainnya, merupakan fokus dalam penelitian ini. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menjelaskan interaksi parasosial Kpop Idol NCT dalam membangun kedekatan dengan NCTzen melalui media Youtube terhadap tayangan atau konten-konten NCT serta ditandai dengan komentar para fans atau NCTzen yang dilakukan berulang kali pada kolom komentar NCT

## TINJAUAN PUSTAKA

### 1.1 Kerangka Konsep

Pada penelitian "Interaksi Parasosial Idol Nct Dalam Membangun Kedekatan

Dengan Nctzen" peneliti menggunakan teori komunikasi masspersonal komunikasi dimana dengan menggunakan internet melalui media Youtube atau CMC (*Computer Mediated Communication*). Komunikasi yang terjadi antara Kpop Idol NCT dan NCTzen bisa menyampaikan pesan-pesan intrapersonal dengan sangat mudah dan efisien. Meski komunikasi yang terjadi tidak secara langsung dalam arti tidak bertatap muka tetapi hal tersebut mentransformasi interaksi sosial yang baik yaitu hubungan, komunikasi, dan identitas dari NCT dan NCTzen (Vience Mutiara Rumata, 2017).

### 1.2 Penelitian Terdahulu

Pada penulisan ini penelitian menggali informasi dari beberapa penelitian sebelumnya sebagai bahan perbandingan yaitu:

Penelitian pertama merupakan penelitian yang dilakukan oleh *Eka Putri Wardani dan Rina Sari Kusuma* (2021) yang berjudul "Interaksi Parasosial Penggemar Kpop Di Media Sosial (Studi Kualitatif Pada Fandom Army Di Twitter)" pada penelitian dalam jurnal tersebut peneliti lebih berfokus pada proses interaksi parasosial dan aktivitas yang dilakukan oleh para Army atau penggemar BTS dalam media sosial Twitter pada respon serta tanggapan-tanggapan para fans BST dan BTS.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan penelitian kualitatif serta menggunakan teknik triangulasi sumber dimana data akan dicek dan dibandingkan oleh data atau sumber-sumber yang ada sebelumnya. Berdasarkan hasil temuan peneliti menemukan interaksi yang terjadi di media Twitter pada Army dan juga respon kognitif yang berfokus pada proses parasosial dengan memberikan komentar atau tanggapan-tanggapan.

Penelitian kedua dilakukan oleh Lutfi Oktavia Dew (2011) yang berjudul "Strategi

Komunikasi Interpersonal Dan Pengelolaan Konflik Untuk Menjaga Dinamika Komunikasi Dalam Komunitas K-Pop Dance Cover Light Galaxy Entertainment Semarang Agar Tetap Eksis” pada penelitian dalam jurnal tersebut peneliti lebih berfokus untuk mengerti strategi komunikasi interpersonal dan pengolahan masalah atau perselisihan pada komunitas Kpop Dance Cover Light Galaxy Entertainment guna membangun perubahan yang baik pada hubungan komunitas ini bisa eksis serta bertahan sampai saat ini.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus dengan paradigma konstruktivisme dan dibantu dengan teori interaksionisme simbolik. Berdasarkan hasil temuan pada penelitian ini yaitu pada member *Light Galaxy Entertainment* mencoba untuk menyelesaikan konflik pribadi antara pihak yang terkait tetapi sebagian member menyelesaikan konflik dengan dibantu orang ketiga dan secara kekeluargaan. Pendekatan komunikasi interpersonal merupakan opsi strategi terbaik dalam menyelesaikan konflik antara komunitas tersebut.

Penelitian ketiga merupakan penelitian yang dilakukan oleh Rahayu Mutiasari, Anne Maryani (2021) yang berjudul “Komunikasi Interpersonal Akun Parodi Idol K-Pop dengan Fans di Media Sosial” membahas mengenai parodi yang dibuat fans Idol Kpop dengan konten-kontennya yang telah terupload baik dari Youtube, Instagram, Vlive, dan lain sebagainya alasannya karena untuk kesenangan pribadi dan juga untuk menambah teman sesama penggemar. Komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh narasumber pada jurnal ini dengan menggunakan media Whatsapp juga memiliki hambatan serta solusi yang terjadi pada ruang virtual fans tersebut.

Pada penelitian ketiga ini peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif

dengan pendekatan fenomenologi dalam kajian kualitatifnya dimana peneliti mengelompokkan konsep, asumsi, istilah, dan pembicaraan yang sering membingungkan serta adanya interpretatif dan konstruktivisme yang berhubungan dengan budaya (Banister, Burman, Parker, Taylor, & Tindal, 1994) berpendapat bahwa yang memasukkan budaya ke dalam lingkungan empiris dalam penelitian data deskriptif tersebut. Berdasarkan hasil penelitian dari kedua penelitian diatas dapat diketahui bahwa ada kesamaan penelitian terdahulu yang membahas tentang Kpop Idol yang sedang trend di kalangan masyarakat terutama remaja baik laki-laki dan perempuan.

### 1.3 Kerangka Teori

#### A. Interaksi Parasosial

Interaksi parasosial merupakan sebuah hubungan kedekatan secara intens dan adanya perasaan terikat secara afektif yang dirasakan oleh seseorang terhadap tokoh yang sering muncul dalam media (Horton & Wohl dalam Harvey & Manusov, 2001). Sedangkan menurut Rubin & McHugh (dalam Taylor, 2005) interaksi sosial ditandai sebagai sebuah hubungan pertemanan atau persahabatan yang terjadi antara tokoh di media. Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi interaksi parasosial pada seseorang yaitu: a) adanya motivasi dalam kepuasan terhadap hubungan sosial dan emosional, b) adanya kesamaan terhadap tokoh atau publik figur, c) adanya rasa untuk memiliki atau menetapkan, d) adanya komunikasi yang terjalin antar penggemar serta biasanya interaksi parasosial terjadi adanya beberapa karakteristik yang signifikan yaitu seseorang yang jarang melakukan hubungan sosial, perbedaan dalam berempati, adanya tingkat self-esteem yang tinggi, dan jenis kelamin (Hoffner, 2002).

#### B. Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan penyampaian pesan dengan menggunakan



media massa dengan orang lain baik keluarga, teman, dan lain-lainnya. Komunikasi massa terjadi harus menggunakan media massa. Menurut Gebner komunikasi massa merupakan proses produksi dan distribusi dengan adanya teknologi yang lebih canggih serta langsung sampai si penerima pesan dan mendapatkan feedback di dalam lingkungan masyarakat (Ardianto, 2004:4).

### C. Fungsi Komunikasi Massa

Menurut Sean MacBride (1993:25) dalam bukunya yang berjudul "Komunikasi dan Hubungan Masyarakat" mengenai fungsi komunikasi massa adalah:

- Sebagai informasi
- Sebagai sosialisasi
- Sebagai diskusi dan perdebatan
- Sebagai pendidikan
- Sebagai alat untuk memajukan kebudayaan
- Sebagai hiburan
- Sebagai integrasi

Menurut McQuail (1987) yang berpendapat bahwa "*The Media Of Mass Communication*" menjelaskan kategori fungsi komunikasi massa yaitu:

- Komunikasi massa untuk masyarakat
- Komunikasi Massa Untuk Individu

Dari fungsi komunikasi massa sendiri begitu sangat bermanfaat dan membantu masyarakat di era teknologi sekarang ini, masyarakat akan mudah mendapatkan informasi dan berkomunikasi baik dimana saja dan kapan saja tidak memandang tempat dan jangkauan ketika ingin berkomunikasi kepada orang-orang terdekat dan orang-orang yang disukai. Komunikasi massa akan terjadi ketika media teknologi dipergunakan atau melalui media teknologi terjadinya komunikasi.

### D. Pengertian Youtube

Youtube merupakan media sosial yang berbagi video berbeda dengan tiktok dalam Youtube ini video yang diunggah tidak ada batasan waktunya, jadi video yang diunggah bisa berdurasi panjang atau lama dan terdapat berbagai macam video yang bisa diunggah seperti video tutorial, video edukasi, trailer film, film pendek, film televisi, video musisi, video vlogger dan masih banyak lagi. Di dalam aplikasi ini tidak ada video editing seperti penambahan filter dan lain-lainnya, tetapi video yang sudah diunggah di Youtube merupakan video yang sudah jadi dengan proses pengeditan tersendiri.

Youtube ini merupakan video sharing terbesar yang digunakan serta fitur-fitur yang ditawarkan di Youtube yaitu ada mengatur kecepatan video, mengatur autoplay, mengunduh video yang akan kita tonton dengan cepat dan menonaktifkan video anotasi yaitu video yang sedang diputar rata-rata fitur ini dimanfaatkan oleh para pengunggah video supaya lebih banyak orang menyaksikan video unggahannya.

### E. Pengertian Kpop

Kpop atau korean wave merupakan genre musik yang sangat populer yang berasal dari korea selatan adapun genre musik yang beragam seperti hip-hop, rock, jazz, dan *electronic dance*. Kpop ini biasanya terdiri dari empat sampai dua puluhan member atau anggota baik laki-laki dan perempuan yang biasa disebut idol. Biasanya calon idol kpop ini akan di training dulu di agensi untuk tahun yang cukup matang dimana para idol sudah siap untuk di debutkan. Dalam masa training Idol akan dilatih sopan santun, dance atau koreografi tarian dari mencontoh seniornya atau untuk musik yang akan di debutkan nanti. Setiap Idol Kpop harus intensif menjalankan latihan bersama-sama anggotanya baik latihan vokal, fisik, suara, dan lain sebagainya. Setiap

grup Idol Kpop mempunyai keunikan dan ciri khas nya masing-masing untuk menggambarkan grup mereka serta setiap anggota juga mempunyai karakter yang berbeda-beda ada yang dibuat sengaja oleh agensi dan ada yang tidak sengaja berjalan begitu saja. Budaya Kpop tak hanya pada idolnya saja pada acara TV, film korea, drama korea yang ditayangkan di seluruh Asia dan bagian lainnya.

## **METODE PENELITIAN**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan etnografi digital dan teknik yang digunakan yaitu observasi online yang dilakukan pada kegiatan interaksi parasosial pada Youtube Idol NCT. Metode kualitatif adalah prosedur riset yang berdasarkan pada filsafat positivisme yang mempelajari keadaan objek yang alamiah (sebagai lawannya merupakan eksperimen) dimana penulis merupakan selaku instrumen kunci, metode pengumpulan informasi yang dicoba secara gabungan. Analisis informasi berupa induktif atau kualitatif dan hasil penelitian lebih dari gabungan. (Sugiyono, 2019:18).

Etnografi digital merupakan suatu metodologi dengan menggunakan internet sebagai mediana serta melakukan eksplorasi pada users atau entitas pada saat menggunakan internet serta etnografi digital juga memberitahukan keterlibatan dari suatu komunitas yang termediasi dengan internet (Cristine Hine, 2000, 2015). Tujuan riset etnografi ini untuk mendeskripsikan struktur-struktur dari sebuah kelompok serta memberikan interpretasi dalam sebuah budaya di internet sesuai dengan fakta-fakta dan entitas dalam fenomena yang sedang diselidiki.

Subjek penelitian ini adalah Kpop Idol NCT pada konten-konten yang di upload di Youtube serta interaksi atau komen-komen

para NCTzen atas konten NCT yang dilakukan berulang kali dan akan sangat mempengaruhi para NCTzen atau para fansnya. Jenis data pada penelitian ini yaitu observasi online dimana peneliti akan mengamati Youtube NCT dan mengamati komen-komen yang diberikan oleh para NCTzen dalam proses pengumpulan data selain peneliti menggunakan observasi peneliti juga menggunakan studi pustaka dari penelitian sebelumnya dan internet atau artikel.

Sumber data yang diperoleh yaitu dengan menonton konten-konten yang di upload oleh NCT serta melihat interaksi para fans di kolom komentar Youtube NCT. Teknik yang digunakan yaitu observasi secara online yaitu dengan menonton konten-konten NCT serta mengamati atau membaca komentar-komentar yang diberikan kepada NCTzen. Dalam penelitian ini peneliti memberikan batasan waktu yaitu selama tiga hari dari tanggal 23 Juni 2022 sampai dengan 25 Juni 2022 untuk menelitinya, karena tidak memakan waktu banyak yang dimana peneliti nanti akan lebih fokus pada kedekatan interaksi parasosial dalam konten Youtube NCT yang berpengaruh pada NCTzen.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **2.1 Hasil Penelitian**

Adanya perkembangan dalam media sosial membuat kemudahan dalam mencari informasi dan berkomunikasi yang terjalin satu sama lain dengan sesama manusia. Youtube, menjadi salah satu media yang sering digunakan oleh masyarakat untuk mencari informasi dan berkomunikasi dalam bentuk video, selain itu banyak masyarakat menggunakan Youtube untuk hiburan seperti menonton film, musik, podcast, acara komedi, berita, dan lain sebagainya. Serta adanya media Youtube ini membuat keaktifan setiap fans atau individu dalam mencari dan memberikan tanggapan atas apa yang ditontonnya, hal ini dikarenakan

sebagai bentuk menghargai usaha idol dalam memberikan yang terbaik baik di MV, live music, film, dan lain-lainnya.

Berdasarkan hasil observasi online yang peneliti lakukan selama tiga hari dari tanggal 23 Juni 2022 sampai dengan 25 Juni 2022 banyak para NCTzen sering berkomentar dalam konten-konten NCT baik dalam konten musik, variety show, drama atau film, daily life, dan lain-lainnya. Bahkan tak jarang terkadang saat live ada beberapa fans yang di notice atau komentar fans dibaca oleh salah satu member NCT. Hal ini membuat adanya rasa kedekatan yang dirasakan oleh NCTzen terhadap NCT karena para NCTzen merasa adanya hubungan yang spesial. Tak hanya itu dari komentar tersebut bisa saja terjalin keakraban antara sesama fans NCT dari saling membalas dan mengelike komentar.



(Gambar 1. Berdasarkan komen dari akun @nurul azizah ia memberikan komentar kepada salah satu member NCT karena merasa terharu dengan keperibadian salah satu anggota NCT)



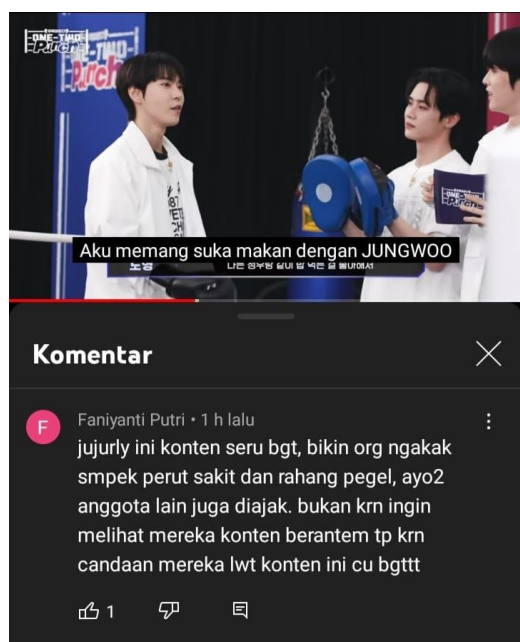
(Gambar 2. Berdasarkan komentar dari @hallosinta ia merasakan bahwa salah satu member NCT sangat ambis atau semangat dalam bermain games)



(Gambar 3. Berdsarakan komentar dari @Yusinta Galuh ia merasakan terharu dan senang saat menonton konten games NCT ini , serta pada komentar kedua oleh



@kireiii ia merasa ada kedekatan yang terjalin dalam anggota NCT ini)



(Gambar 4. Berdasarkan komentar dari @Faniyanti Putri ia merasa sangat senang dan terhibur atas konten games yang dibuat oleh NCT ini)



(Gambar 5. Berdasarkan komentar dari @Shev Iv dan @Ran Ran adanya komentar timbal balik dan hubungan yang baik atau merasa dekat dari NCTzen yang lain)

Berdasarkan hasil analisis yang didapat NCTzen lebih menggunakan Youtube karena lebih mudah untuk mendapatkan update atas konten-kontennya yang setiap minggu terjadwalkan baik MV musik, kegiatan NCT sehari-hari, dan lain sebagainya. Serta juga para NCTzen semua sering menggunakan Youtube sebagai media mencari informasi tentang NCT. Adanya media Youtube ini juga sangat mudah dalam penggunaannya sehingga penggunaan media ini sering digunakan oleh para NCT dan media Youtube ini juga sangat sederhana dimana para fans tidak perlu berlangganan untuk menonton Idol mereka tidak seperti Vlive dan Bubble yang harus berlangganan untuk bisa berinteraksi oleh Idolnya.. Serta cara kerja Youtube ini dengan viewers, like, komen, subscribe, dan lain sebagainya bahkan jika video NCT sering diputar atau mendapatkan viewers yang banyak akan masuk trending Youtube hal ini sebagai bentuk suatu kepuasan dan penghargaan untuk fans ke Idol.

## 2.2 Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian interaksi yang dilakukan oleh NCTzen terhadap tayangan NCT. Berdasarkan proses interaksi parasosial pada Idol NCT dalam membangun kedekatan dengan NCTzen ditandai dengan interaksi di kolom komentar youtube terhadap konten-konten yang ditayangkan oleh NCT seperti live streaming, video daily life, MV, variety show, dan lain-lainnya. Interaksi parasosial merupakan sebuah hubungan kedekatan yang mendalam atau intens serta adanya perasaan yang terikat secara afektif yang dirasakan oleh individu terhadap seseorang atau tokoh yang sering muncul dalam media massa media (Horton & Wohl dalam Harvey & Manusov, 2001). Dalam konten NCT yang terlihat pada gambar 1 dan 5 membuat suatu hubungan parasosial sepihak saja yaitu dari hubungan

fans yang terlalu menjadikan Idolnya sebagai suatu gambaran yang berbeda serta merasa adanya hubungan yang sangat dekat dengan para anggota-anggota di NCT tak hanya itu terkadang juga fans merasakan kesedihan, terharu, gembira atau senang akan konten-konten yang ada dalam NCT ini dan adanya hubungan yang dekat juga antara sesama fans atau NCTzen karena mereka sama-sama mengetahui karakter idolnya terlihat pada pada gambar 5.

## KESIMPULAN

Selain penggunaannya yang mudah adanya YouTube ini membuat kemudahan pada masyarakat termasuk para penggemar NCT dengan adanya YouTube membuat mereka merasa lebih dekat serta merasa terhibur atas konten-konten yang NCT berikan termasuk konten games nya ini. Dengan adanya hubungan parasosial yang terjalin antara NCT dan NCTzen juga membuat konten Youtube NCT ini sering dinantikan oleh para penggemarnya. Bahkan terkadang Ketika NCT mengeluarkan MV sering masuk kedalam trending Youtube di Indonesia, hal ini dikarenakan bentuk rasa penghargaan fans terhadap kerja keras para idolnya. Dan biasanya para fans akan sangat puas ketika konten NCT mendapatkan viewers, like, komen, subscribe, terbanyak. Serta para NCTzen terkadang juga merasakan hubungan parasosial yang sepihak saja dimaan terlalu menjadikan Idolnya sebagai suatu gambaran yang berbeda serta merasa adanya hubungan yang sangat dekat dengan para anggota-anggota di NCT tak hanya itu terkadang juga fans merasakan kesedihan, terharu, gembira atau senang terhadap konten-konten yang ada dalam NCT ini dan adanya hubungan yang dekat juga antara sesama fans atau NCTzen karena mereka sama-sama mengetahui karakter idolnya.

## SARAN

Untuk semua penggemar kpop dalam menyampaikan komentarnya seharusnya lebih diperhatikan lagi karena adanya kedekatan yang terlalu mendalam yang dirasakan oleh sepihak itu juga tidak baik, sukai idol kita sebatasnya saja. Merasakan kedekatan dengan idol juga tidak masalah asal masih di batas wajar dan tidak mengganggu para idol atas komentar yang diberikan dalam media Youtube ini. Serta karakter idol yang kita tau selama ini dalam media Youtube itu biasanya adalah buatan agensi idol juga sama seperti kita mempunyai kekurangan dan adanya konten games yang diberikan oleh NCT sangat menghibur para NCTzen. Untuk para NCTzen tetaplah selalu memberikan komentar-komentar yang positif dan baik dan jangan terlalu berlebihan pada anggota-anggota NCT. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya agar dapat melakukan penelitian interaksi parasosial dalam membangun kedekatan idol kpop kepada fansnya lebih mendalam lagi supaya bisa dapat memberikan pemahaman lebih jelas mengenai kedekatan idol kpop kepada fansnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, L. O., & Naryoso, A. (2018). Strategi Komunikasi Interpersonal Dan Pengelolaan Konflik Untuk Menjaga Dinamika Komunikasi Dalam Komunitas K-Pop Dance Cover Light Galaxy Entertainment Semarang Agar Tetap Eksis. *Interaksi Online*, 6(4), 632-643.
- Halimahyani, P. (2019). Gambaran Interaksi Parasosial pada Remaja Penggemar K-Pop.
- Mutiasari, D. R., & Maryani, A. (2021). Komunikasi Interpersonal Akun Parodi Idol K-Pop dengan Fans di Media Sosial. *Prosiding Manajemen Komunikasi*, 449-453.

- Nugraha, A., Sudrajat, R. H., & Putri, B. P. S. (2015). Fenomena Meme Di Media Sosial (Studi Etnografi Virtual Posting Meme Pada Pengguna Media Sosial Instagram). *Jurnal Socioteknologi*, 14(3), 237-245.
- Saifuddin, D. A., & Masykur, A. M. (2014). Interaksi Parasosial. *Jurnal Empati*, 3(4), 143-152.
- Wardani, E. P., & Kusuma, R. S. (2021). INTERAKSI PARASOSIAL PENGGEMAR K-POP DI MEDIA SOSIAL (Studi Kualitatif pada Fandom Army di Twitter). *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 7(2), 243-260.