

**EKSPLORASI MAKNA INTERAKSI PARASOSIAL DALAM RESPONS
ARMY TERHADAP KASUS *DRIVING UNDER THE INFLUENCE* SUGA
BTS DI MEDIA SOSIAL *X***

SKRIPSI

**Disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai
derajat Sarjana Strata 1 (S1) Ilmu Komunikasi**



Disusun Oleh

FAADHILAH NUR ALMAAS AULIA

07031282126104

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

2025

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

**EKSPLORASI MAKNA INTERAKSI PARASOSIAL DALAM RESPONS
ARMY TERHADAP KASUS *DRIVING UNDER THE INFLUENCE* SUGA
BTS DI MEDIA SOSIAL X
SKRIPSI**

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana S-1
Ilmu Komunikasi**

Oleh

**FAADHILAH NUR ALMAAS AULIA
07031282126104**

Pembimbing I

**Krisna Murti, S.I.Kom., MA
NIP. 198807252019031010**



Pembimbing II

**Annisa Rahmawati, S.I.Kom, M.I.Kom.
NIP. 199209292020122014**





**Mengetahui,
Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi**

**Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si.
NIP 196406061992031001**

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI
EKSPLORASI MAKNA INTERAKSI PARASOSIAL DALAM
RESPONS ARMY TERHADAP KASUS *DRIVING UNDER THE*
***INFLUENCE* SUGA BTS DI MEDIA SOSIAL X**
SKRIPSI OLEH

FAADHILAH NUR ALMAAS AULIA

07031282126104

Telah dipertahankan di Depan Komisi Penguji
Pada Tanggal 14 Mei 2025 dan Dinyatakan Telah
Memenuhi Syarat

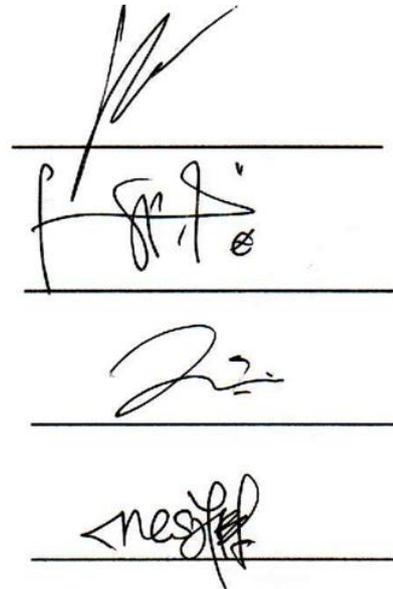
KOMISI PENGUJI

Ryan Adam, S.I.Kom, M.I.Kom
NIP. 198709072022031003
Ketua

Feny Selly Pratiwi, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP. 198607072023212056
Anggota

Krisna Murti, S.I.Kom., M.A.
NIP. 198807252019031010
Anggota

Annisa Rahmawati, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP. 199209292020122014
Anggota



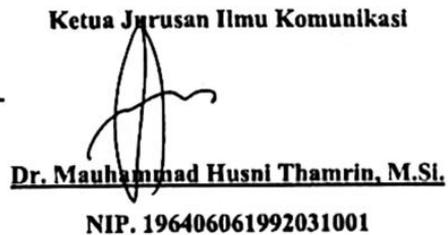
Mengetahui,

Dekan FISIP UNSRI



Prof. Dr. Alfitri, M.Si.
NIP. 196601221990031004

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi



Dr. Mauhammad Husni Thamrin, M.Si.
NIP. 196406061992031001

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Faadhilah Nur Almaas Aulia
NIM : 07031282126104
Tempat dan Tanggal Lahir : Lahat, 1 April 2003
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Eksplorasi Makna Interaksi Parasosial Dalam Respons ARMY Terhadap Kasus *Driving Under The Influence* Suga BTS Di Media Sosial X

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Seluruh data, informasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang di sajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran saya dengan pengarahan dari pembimbing yang di tetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik baik di Universitas Sriwijaya maupun di perguruan tinggi lainnya.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari ditemukan bukti ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah ini.

Indralaya, 6 Mei 2025
Yang membuat pernyataan,



Faadhilah Nur Almaas Aulia
NIM. 07031282126104

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Whoever Desires To Purify Hers Heart, Then Let Her Prefer Allah To Hers
Desires-, Ibnu Qayyim

فَأَذْكُرُونِي أَذْكُرْكُمْ وَأَشْكُرُوا لِي وَلَا تَكْفُرُونِ

Karena itu, ingatlah kamu kepada-Ku niscaya Aku ingat (pula) kepadamu, dan bersyukurlah kepada-Ku, dan janganlah kamu mengingkari (nikmat)-Ku. (QS. Al-Baqarah:153)

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا, إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan” (QS. Al-Insyirah: 5-6)

Skripsi ini dipersembahkan kepada:

- ❖ Kedua Orang Tua
- ❖ Adik Terkasih
- ❖ Keluarga Besar
- ❖ Diri sendiri
- ❖ Almamater ku

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana interaksi parasosial membentuk respons emosional penggemar terhadap kasus DUI yang melibatkan Suga BTS di media sosial X dengan menggunakan teori hubungan parasosial milik Horton dan Wohl, penelitian ini berupaya memahami proses pemaknaan dalam dinamika *fandom* dan komunikasi digital, serta mengkaji pengaruh ikatan parasosial terhadap respons daring saat terjadi isu kontroversial. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi konstruktif naturalistik. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumentasi terhadap interaksi penggemar BTS di media sosial X. Analisis dilakukan menggunakan model Miles dan Huberman. Validitas data dilakukan melalui triangulasi metode dan verifikasi berlapis untuk menghasilkan pemahaman makna interaksi parasosial secara mendalam. Hasil penelitian menemukan bahwa interaksi parasosial membentuk ruang reflektif dan emosional bagi penggemar BTS dalam menghadapi kasus DUI Suga. Respons informan menunjukkan adanya kekecewaan dan loyalitas, dengan media sosial X menjadi ruang ekspresi. Simbol *fandom*, dan tekanan emosional turut membentuk dinamika respons dan identitas *fandom*. Interaksi parasosial informan terhadap kasus Suga BTS menunjukkan keterikatan emosional yang berfungsi sebagai ruang refleksi diri dan dukungan psikologis. Meski muncul kekecewaan, loyalitas tetap terbangun melalui simbol dan produksi konten kreatif.

Kata Kunci: *Fandom*, Interaksi Parasosial, Media Sosial X, Respons Penggemar, Suga BTS

Pembimbing I



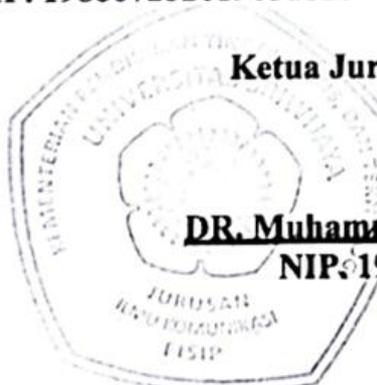
Krisna Murti, S.I.Kom., M.A.
NIP. 198807252019031010

Pembimbing II



Annisa Rahmawati, S.I.Kom., M.I.Kom.
NIP.199209292020122014

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi



DR. Muhammad Husni Thamrin, M.Si
NIP.196406061992031001

ABSTRACT

This study aims to explore how parasocial interactions shape fans' emotional responses to the DUI case involving Suga BTS on social media X. Using Horton and Wohl's theory of parasocial relationships, this research seeks to understand the process of meaning making in the dynamics of fandom and digital communication, and examine the influence of parasocial ties on online responses when controversial issues occur. This research uses a qualitative approach with a naturalistic constructive phenomenology method. Data were collected through in-depth interviews, observation, and documentation studies of BTS fans' interactions on X social media. Analysis was conducted using the Miles and Huberman model. Data validity was conducted through method triangulation and layered verification to produce an in-depth understanding of the meaning of parasocial interactions. The results found that parasocial interactions formed a reflective and emotional space for BTS fans in the face of Suga's DUI case. Informants' responses showed disappointment and loyalty, with social media X serving as a space for expression. Fandom symbols and emotional distress shaped the dynamics of response and fandom identity. Informants' parasocial interaction with the Suga BTS case shows emotional attachment that serves as a space for self-reflection and psychological support. Despite disappointment, loyalty is still built through symbols and creative content production.

Keywords: *Fandom, Parasocial Interaction, Social Media X, Fan Response, Suga BTS*

Advisor I



Krisna Murti, S.I.Kom., M.A.
NIP. 198807252019031010

Advisor II



Annisa Rahmawati, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP.199209292020122014

Head of Communication Departement



DR. Muhammad Husni Thamrin, M.Si
NIP. 196406061992031001

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Syukur Alhamdulillah tidak henti-hentinya penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala Rahmat dan Karunia yang tidak henti di berikan kepada setiap hambanya. Shalawat dan salam tidak lupa penulis agungkan kepada Rasulullah Muhammad SAW beserta para keluarga, sahabat dan pengikutnya. Merupakan nikmat yang tidak ternilai Skripsi yang Berjudul “Eksplorasi Makna Interaksi Parasosial Dalam Respons ARMY Terhadap Kasus *Driving Under The Influence* Suga BTS Di Media Sosial X” dapat di selesaikan dengan tepat waktu.

Pada penyusunan skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan, bimbingan, doa dan dukungan dari berbagai pihak sehingga skripsi ini terselesaikan dengan baik. Maka untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT, yang tidak pernah meninggalkan hambanya sendiri dan senantiasa memberikan pertolongan yang tidak disangka sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Kepada Cinta pertama ku, Surga ku, sosok wanita penuh kasih dan sayang yang telah memberikan seluruh cintanya pada penulis, Ibunda Wahyuni. Terimakasih yang begitu besar karena pengorbanan, kasih dan sayang yang engkau berikan kepada diriku. Tidak pernah lelah, memberikan semangat dan doa terbaik untuk diriku. Doamu sangat berarti bagiku, berkat doa mu yang selalu melindungi ku, diriku bisa menyelesaikan amanah ini.

3. Kepada sandaran ku yang paling kokoh, Ayahanda Nurman. penulis ucapkan terimakasih atas semua kasih dan sayang yang engkau berikan kepada diriku, terimakasih untuk selalu percaya bahwa diri ku adalah anak perempuan yang setegar karang di lautan.
4. Kepada yang terkasih Adik ku Tubagus Arifin Ilham, hadirnya dirimu dalam hidupku sebagai saudara dan teman membuat diriku dapat belajar membagikan kasih dan sayang kepada orang lain. Adiku terkasih semoga setiap jalan yang engkau lalui selalu diberkahi oleh Allah.
5. Kepada Ayahanda Herman dan Ibunda Leni Marlina, yang telah memberikan dukungan, kasih dan sayangnya kepada penulis. Berkat doa kalian diriku bisa menyelesaikan amanah ini dengan sebaik-baiknya.
6. Bapak Prof. Dr. Taufiq Marwa, SE. M.Si, selaku Rektor Universitas Sriwijaya,
7. Bapak Prof. Dr. Alfitri, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya,
8. Bapak Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si, selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi dan Bapak Oemar Madri Bafadhal, S.I.Kom., M.Si, selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya, yang telah memberikan dukungan, motivasi, pengalaman dan ilmu yang banyak sebagai pembelajaran hidup agar saya menjadi pribadi yang lebih baik lagi.
9. Kepada kedua dosen pembimbing skripsi, Bapak Krisna Murti, S.I.Kom., M.A., selaku dosen pembimbing pertama dan Ibu Annisa Rahmawati, S.I.Kom., M.I.Kom., selaku pembimbing kedua dan dosen pembimbing

akademik, yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan arahan, bimbingan, kritik dan saran yang membangun, serta ilmu-ilmu yang berharga sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya.

10. Dosen-dosen Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, serta seluruh staf karyawan, terutama pada Jurusan Ilmu Komunikasi, yang sudah mengajarkan dan memberi pengetahuan kepada saya, memberikan masukan untuk menjadi seseorang yang lebih baik lagi, serta membuat kenangan yang indah selama saya menjadi bagian keluarga Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
11. Kepada rekan-rekan Badan Pengurus Harian BO LDF WAKI FISIP UNSRI Kabinet Cinta dalam Dakwah yang telah menjadi teman serta keluarga baru di lingkungan kampus.
12. Kepada Randy Wiliam, Nyimas Amrina, Shania Riska Siahaan, Lidia Silaban, Vanesa Nova Putri dan teman-teman Ilmu Komunikasi 2021 yang tidak bisa di sebutkan satu persatu
13. Kepada keluarga Pondokan Ersiz, Ojan, Haris, Ihsan, Satya, Kak Yura, Kak Versy, Bang Jo, Kak Kapri, Iman, Ario, Sipta, Kak Kintan terimakasih telah menjadi cerita indah dalam kehidupan perkuliahan ini.
14. Kepada Sahabat Ku, Annisyah Nur Afrincy, Asty Maharani, M. Amar Dwi Jaya, Siti Fatimah, Elis Nurhasanah, Prabeksy Abbe Seka, Wahyu Atika Nur Istiqomah dan Yunika Tri Rezeki yang selalu siap menjadi *emergency call* dan selalu mendengarkan keluh kesah penulis.

15. Kepada Sim Jaeyun, Terimakasih karena telah menemani penulis mengerjakan penelitian ini dan selalu menjadi orang selalu menghibur penulis dikala lelah.
16. Untuk seseorang yang namanya belum bisa dengan mantap ku tulis di sini. Namun, sudah tertulis jelas di *lauhul mahfudz* untuk ku. Terimakasih telah menjadi salah satu sumber motivasi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu bentuk penulis dalam memantaskan diri. Meskipun penulis tidak tahu keberadaan mu entah di mana dan di bagian bumi mana dirimu berada. Semoga Allah jaga dirimu seperti Allah jaga diriku.
17. Terakhir, kepada Faadhilah Nur Almaas Aulia diriku sendiri. Terimakasih kamu sudah mau berjuang menyelesaikan kewajiban mu. Meskipun banyak sekali ujian yang selalu menghampiri kamu, kamu tidak menyerah, mau untuk bangkit dan terus berusaha. Mari tetap hidup sehat dan bahagia agar kita mampu mewujudkan semua mimpi itu satu-persatu.

Semoga setiap kebaikan yang telah di berikan menjadi pahala disisi Allah.

Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu saran dan kritik yang membangun dari pembaca sangat diperlukan. Semoga dengan adanya skripsi ini dapat memberikan banyak manfaat bagi pembacanya.

Indralaya, 16 Mei 2025

Faadhilah Nur Almaas Aulia

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	10
1.3. Tujuan.....	10
1.4. Manfaat Penelitian.....	11
1.4.1 Manfaat Teoritis	11
1.4.2 Manfaat Praktis	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Eksplorasi Makna	13
2.2 Hubungan Parasosial	15

2.2.1	Aspek Hubungan Parasosial.....	16
2.2.2	Faktor yang mempengaruhi interaksi parasosial.....	17
2.3	Persepsi Penggemar.....	20
2.4	Media Sosial dan Budaya Populer.....	22
2.4.1	Media Sosial X	24
2.4.2	<i>Fandom</i>	25
2.5	<i>Driving Under The Influence</i> (DUI).....	28
2.5.1	Kasus DUI (<i>Driving Under The Influence</i>) Suga <i>BTS</i>	28
2.6	Kerangka Pemikiran	29
2.7	Penelitian Terdahulu.....	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		32
3.1	Desain Penelitian	32
3.2	Fokus Penelitian	32
3.3	Definisi Konsep.....	34
3.4	Informan Penelitian	35
3.4.1	Kriteria informan.....	37
3.4.2	<i>Key Informan</i>	37
3.5	Sumber Data	37
3.6	Teknik Pengumpulan Data	38
3.6.1	Wawancara Mendalam.....	38
3.6.2	Observasi.....	39
3.6.3	Studi dokumentasi.....	39
3.7	Teknik Keabsahan Data.....	39
3.7.1	Uji Kredibilitas.....	40
3.7.2	Uji Transferabilitas.....	40
3.7.3	Uji Dependabilitas.....	41
3.7.4	Uji Objektivitas	41
3.8	Teknik Analisis Data	42
BAB VI GAMBARAN UMUM PENELITIAN.....		46
4.1.	Kasus <i>Driving Under The Influence</i> Suga <i>BTS</i>	46
4.1.1.	Profil Suga <i>BTS</i>	49
4.2.	Profil <i>ARMY</i>	50

4.3.	Media Sosial X	51
4.4.	Profil Informan	52
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN		55
5.1.	Hasil Wawancara	58
5.1.1.	Informan L	59
5.1.2.	Informan EN.....	64
5.1.3.	Informan YTR.....	67
5.1.4.	Informan N	70
5.1.5.	Informan Z	74
5.2.	Pembahasan	78
5.2.1.	Pemaknaan Interaksi Parasosial	78
5.2.2.	Kritik Sebagai Bentuk Kekecewaan.....	79
5.2.3.	Dukungan Sebagai Bentuk Loyalitas	80
5.2.4.	Fandom Sebagai Suatu Kebanggaan.....	82
5.2.5.	Bentuk Kelelahan Emosional yang Ditunjukkan Penggemar	83
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN		85
6.1.	Kesimpulan.....	85
6.2.	Saran	86
6.2.1.	Saran Teoritis	86
6.2.2.	Saran Praktis	86
DAFTAR PUSTAKA		88
LAMPIRAN.....		94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. 1 Cuitan di X yang berisi ujaran kebencian kepada Suga BTS.....	6
Gambar 1.1. 2 Karangan bunga duka untuk Suga BTS dan penolakan ARMY di X	7
Gambar 1.1. 3 Dukungan yang diberikan penggemar terhadap Suga BTS	8
Gambar 1.1. 4 Hasil PraRiset Dengan Menggunakan Unit Analisis Tweet Binder	9
Gambar 2.6. 1 Kerangka Pemikiran	29
Gambar 4.1. 1 Unggahan Permintaan Maaf Suga BTS yang Pertama.....	46
Gambar 4.1. 2 Permintaan Maaf Suga BTS dalam Bentuk Tulisan Tangan.....	48
Gambar 5.1.1. 1 Unggahan pada media sosial X milik informan L yang menunjukkan kelelahan.....	62
Gambar 5.1.1. 2 Unggahan pada media sosial X milik Informan L yang menunjukkan adanya indikasi kelelahan emosional karena konflik antara penggemar dan non-penggemar	63
Gambar 5.1.2. 1 Unggahan Informan EN di media sosial X yang menunjukkan dukungan kepada Suga dan perlawanan terhadap pembenci Suga.....	65
Gambar 5.1.2. 2 Unggahan Informan EN pada media sosial X yang menunjukkan ajakan untuk memberi dukungan kepada Suga	67
Gambar 5.1.3. 1 Unggahan Informan YTR pada media sosial X yang menunjukkan sikap optimis dalam mendukung Suga.....	69
Gambar 5.1.3. 2 Unggahan Informan YTR yang menunjukkan dukungan dan kecintaannya kepada fandom di media sosial X	70

Gambar 5.1.4. 1 Unggahan Informan N di media sosial X yang menunjukkan dukungan untuk Suga serta perlawanan kepada para pembenci.....	72
Gambar 5.1.4. 2 Unggahan Informan N di media sosial X yang menunjukkan kecintaannya pada fandom ARMY serta sikap perlawanan yang ditunjukkan pada pembenci Suga	73
Gambar 5.1.5 1 Unggahan Informan Z di media sosial X yang menunjukkan sikap emosional	76
Gambar 5.1.5 2 Unggahan Informan Z di media sosial X yang menunjukkan suasana kontras antara penggemar dan terduga pembenci Suga.....	77

DAFTAR TABEL

Tabel 2.4.2. 1 Perbandingan Aktivitas <i>Fandom</i> Menurut Duffectt (2013) dan Gray (2017).....	27
Tabel 2.7. 1 Penelitian Terdahulu	30
Tabel 4.4. 1 Daftar Informan	53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara	95
Lampiran 2 Panduan Wawancara Lanjutan	121
Lampiran 3 Lembar Perjanjian Kerahasiaan dan Persetujuan Observasi Media Sosial Pribadi	148
Lampiran 4 Daftar Unggahan Informan Di Media Sosial X.....	158
Lampiran 5 Bukti Wawancara	161
Lampiran 6 Lembar Hasil Uji Similaritas	166

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Internet telah menjadi suatu stimulus dalam perkembangan teknologi secara global sehingga dapat membuat suatu inovasi terhadap media komunikasi dengan kemunculan media sosial (Abdillah, 2022). Menurut Prajarini, (2020) media sosial adalah sebuah situs atau *web online* yang memungkinkan pengguna untuk membuat *profile*, mengundang dan menerima teman, mengikuti teman, berkomunikasi, berkiriman dan berbagi pesan (informasi) serta berjejaring. Media sosial sebagai media baru memungkinkan terjadinya persebaran informasi secara global dan dapat diakses secara *real time* tanpa adanya batas geografis.

Kemunculan berbagai telepon pintar dengan berbagai fitur canggih telah mendorong popularitas media sosial *Facebook*, *X*, *Instagram* dan *TikTok* menjadi tempat bagi masyarakat untuk bertukar informasi dan berkomunikasi secara luas. Hal tersebut membuat media sosial menjadi ruang publik yang dapat memfasilitasi interaksi publik, sehingga hal ini memungkinkan terbentuknya komunitas-komunitas *online*. Dengan kemunculan internet memungkinkan terciptanya dunia virtual yang akan mendukung interaksi sosial tanpa batas geografis serta mendorong terbentuknya suatu komunitas virtual yang akan berkembang melalui media sosial. Menurut Rheingold dalam (Alyusi, 2016) menyatakan bahwasanya komunitas virtual merupakan hasil dari interaksi sosial yang muncul karena adanya pengaruh internet, di mana banyak orang yang akan melakukan diskusi publik untuk membangun kelompok dalam dunia maya berdasarkan hubungan pribadi.

Sedangkan menurut Jan A.G.M Van Dijk dalam (Alyusi, 2016) menyatakan komunitas virtual atau masyarakat virtual adalah masyarakat yang tidak terbatas pada waktu dan tempat, mereka membangun interaksi yang diciptakan melalui jaringan komputer dan interaksi manusia.

Adanya komunitas virtual turut mendukung terciptanya tren dan budaya populer dalam masyarakat. Budaya populer umumnya merujuk pada narasi yang beredar pada budaya yang *mainstream*. Menurut Bieniek, (2014) budaya populer sering kali merujuk pada kebudayaan masyarakat secara luas dan terpapar oleh aspek dominan globalisasi. Dalam konsep kebudayaan budaya populer mengacu pada bentuk budaya makan, musik, arsitektur, pergaulan, gaya berpakaian dan lain sebagainya. Banyaknya selebriti, *influencer* dan *public figure* yang menggunakan media sosial untuk menjangkau penggemar membuat budaya populer kian menjelma dalam masyarakat.

Salah satu budaya populer yang berkembang sangat pesat di Indonesia adalah *Hallyu*. *Hallyu* atau *Korean Wave* merupakan sebutan yang digunakan untuk merujuk pada konten-konten kebudayaan Korea Selatan yang populer di luar negeri. Fenomena ini awalnya disebabkan oleh populernya drama Korea di negara-negara Asia dengan etnik mayoritas cina seperti China, Hongkong, Taiwan, Singapura dan terus menyebar ke negara-negara Asia Tenggara seperti Indonesia, sebelum akhirnya menyebar di seluruh dunia. Seiring berjalannya waktu fenomena *Hallyu* terus menyelimuti masyarakat dunia. Adapun konten budaya *Hallyu* yang sangat diminati adalah *Kpop*. Dengan *BTS* sebagai salah satu representasi utamanya (Ridaryanthi, 2014). *BTS* merupakan *boy grup* asal Korea Selatan yang melakukan debut pada tahun 2013 di bawah naungan BigHit Entertainment dan

dikenal sebagai tidak hanya berpengaruh dalam bidang musik tetapi juga memiliki pengaruh dalam bidang sosial di mana bersama dengan komunitas penggemar mereka *ARMY* (Big Hit Musik, 2022).

Hubungan antara *BTS* dan *ARMY* mencerminkan fenomena interaksi parasosial, yakni hubungan satu arah di mana penggemar akan mengembangkan persepsi emosional terhadap idola mereka meski hubungan tersebut bersifat satu arah. Konsep mengenai interaksi parasosial pertama kali dikenalkan oleh Horton dan Wohl pada 1956, konsep ini dipahami sebagai interaksi satu arah yang memiliki hubungan timbal balik di dalamnya (Giles & Stever, 2024). Pada awal diperkenalkannya konsep ini hanya berfokus pada interaksi yang terjadi melalui media televisi. Konsep ini pada awalnya digunakan dalam kajian psikologi yang kemudian pada dekade ke tiga konsep ini dikembangkan kembali dengan memperkaya cakupan menggunakan unit analisis komunikasi (Giles & Stever, 2024). Seiring dengan perkembangan teknologi dan kemunculan media massa yang diiringi oleh perubahan tatanan sosial masyarakat. Sebagai contoh dahulu interaksi parasosial hanya terjadi pada selebriti di televisi dengan persentase yang sedikit. Dengan adanya media sosial popularitas selebriti dan interaksi yang dilakukan di antara selebriti dan penggemar tentu akan lebih banyak. Sehingga tingkatan atau level pengandaian penggemar akan meningkat. Seperti yang dikemukakan oleh (Giles & Stever, 2024).

Interaksi parasosial dapat dilihat dari adanya pengandaian dari penggemar bahwa mereka mengenal secara pribadi idola mereka. Hal tersebut sering kali terjadi pada *fans Kpop*. Hubungan yang di bangun secara berkala membuat tingkat kedekatan akan terasa nyata. Tidak jarang para *Idol* memberikan *fanservice* dengan

memberikan foto “*Boyfriend material*” atau membagikan unggahan yang menunjukkan kasih sayang kepada *fans*. Dengan memberikan *fanservice* akan memperkuat keterikatan emosional antara idola dan penggemar, begitu juga dengan penggemar *ARMY*.

Interaksi parasosial juga dapat terlihat dalam kasus DUI (*Driver Under Influence*) yang sempat menimpa Suga *BTS*. Sebelum peristiwa ini terjadi Suga dikenal sebagai pribadi yang penuh dedikasi di kalangan penggemar. Dia adalah seorang seniman yang memperhatikan setiap detail dalam musiknya. Selain dikenal sebagai sosok yang peduli terhadap anggotanya, Suga juga dikenal sebagai seorang yang sangat peduli terhadap penggemarnya dengan membuat musik yang membawa pesan emosional dan mendalam. Musik yang dihasilkan oleh Suga sering kali mencerminkan tema yang berkaitan erat dengan penggemarnya. Melalui lirik yang dia buat, Suga ingin penggemarnya dapat menghargai dan mencintai diri mereka sendiri sebagaimana dia sangat menghargai dan mencintai penggemarnya. Selain itu Suga juga dikenal sebagai pribadi yang sederhana dan jujur. Hal tersebut membuat para penggemar jatuh hati kepada sosok dirinya tersebut.

Hubungan erat dengan penggemar menjadi faktor yang menjadikan Suga sebagai *figure* yang mendapatkan banyak perhatian di komunitas penggemar. Candaan seperti “*Yoongi, Marry Me*” menjadi populer di kalangan penggemar dan menciptakan tren komunikasi dalam *fandom Kpop* khususnya *ARMY* (Lyons, 2023). Namun dengan adanya pemberitaan yang melibatkan Suga serta pelanggaran DUI (*Driving Under The Influence*), hal tersebut mengundang banyak spekulasi serta opini opini yang menyesatkan dan tidak berdasar. Dilansir dari laman The Korea Herald Profesor Lee Jong-Im dari Universitas Seoul Sains & Teknologi

berpendapat bahwasanya untuk menarik perhatian media akan semakin banyak memproduksi konten yang menarik dan sering kali bersifat sensasional. Media akan semakin banyak memproduksi konten yang dipicu skandal terutama jika melibatkan selebriti (Jae-Hen, 2024).

Pemberitaan yang masih simpang siur membuat gejolak antar penggemar terjadi. Komentar negatif yang menjelekkkan dan menjerumuskan tidak hanya datang dari non penggemar tetapi juga datang dari internal penggemar.



Gambar 1. 1 Unggahan di Media Sosial X yang berisi kritikan terhadap Suga

Sumber: (Media Sosial X @Nbnfgwn, 2024)

Pada gambar di atas terlihat sebuah cuitan yang berasal dari akun dengan *username* @nbnfgwn berisi kecaman dan ujaran kebencian yang ditujukan untuk Suga oleh oknum penggemar dalam laman X. Penggemar tersebut menunjukkan kekecewaannya terhadap sikap ceroboh sang idola. di mana pada cuitan tersebut terdapat sebuah foto yang telah diedit untuk menunjukkan kadar alkohol dalam darah Suga pada saat peristiwa itu terjadi.



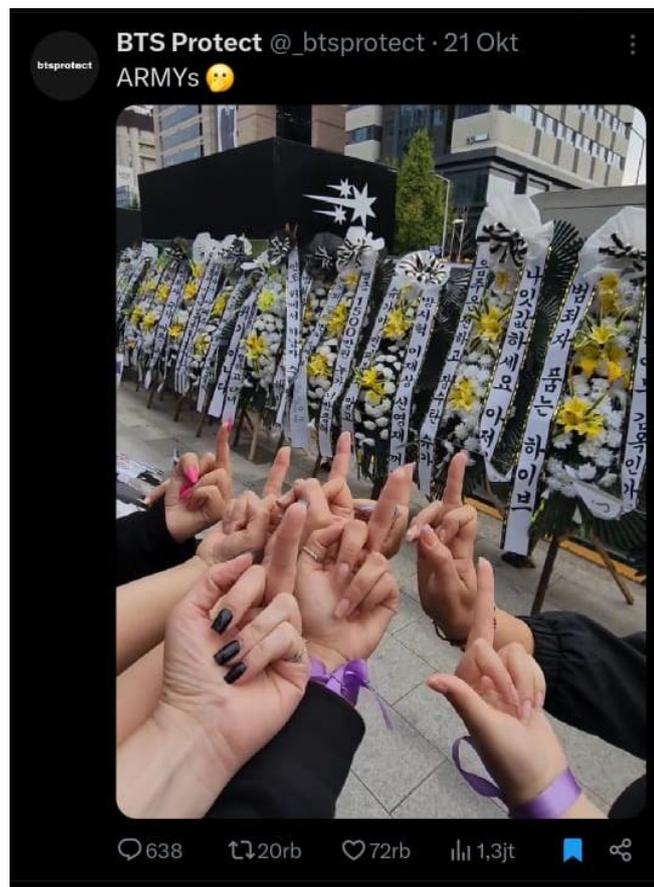
Gambar 1.1. 1Cuitan di X yang berisi ujaran kebencian kepada Suga *BTS*

Sumber: (Media Sosial X @Abyssgirl92, 2024)

Dalam cuitan selanjutnya terdapat sebuah akun dengan *username* @abyssgirl92 di mana akun tersebut menunjukkan kekecewaannya terhadap Suga dan berharap setelah kasus ini selesai Suga tidak pernah menunjukkan dirinya kembali ke publik. Komentar serta cuitan-cuitan tersebut memperburuk keadaan internal penggemar. Perbedaan respons mengenai kasus yang tengah menimpa sang idola membuat perpecahan internal terjadi. Untuk itu penggemar yang masih memberi dukungan terhadap Suga melakukan gerakan untuk melindungi idola mereka dari perundungan yang terjadi dengan menaikkan berbagai macam tagar seperti #WeLoveYouYoongi, #BTSisSeven dan #YoongiNeverWalkAlone di media sosial X.

Pada awalnya kasus ini menghebohkan publik karena adanya pemberitaan yang mengklaim bahwa Suga *BTS* terlibat dalam insiden DUI (*Driving Under The Influence*), meskipun video yang tersebar tersebut terbukti tidak akurat. Hal tersebut membuat para penggemar mulai berdebat di media sosial hingga puncaknya *platform* berita besar asal Korea Selatan yang pertama kali menyebarkan video rekaman kamera pengawas meminta maaf karena berita yang telah mereka sebar

tidak benar dan orang yang ada di dalam rekaman tersebut bukan Suga *BTS*. (Koreaboo, 2024). Namun hal tersebut tidak membuat pertikaian antar *fans* reda. Setelah pemberitaan mengenai kasus DUI (*Driving Under The Influence*) Suga *BTS* mulai mereda. Para pembenci Suga *BTS* mulai melakukan aksi protes dengan mengirimkan karangan bunga duka di depan Gedung *HYBE* yang menyuruh Suga untuk segera hengkang dari grup tersebut.

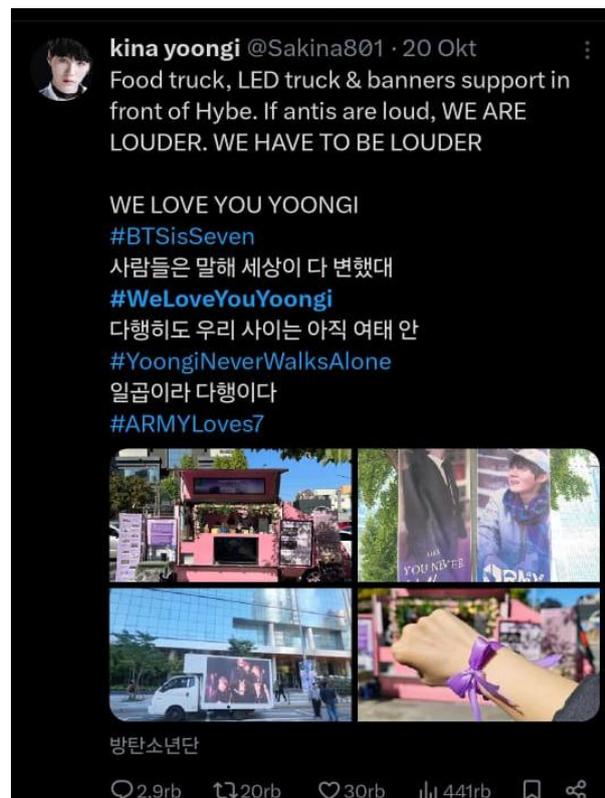


Gambar 1.1. 2 Karangan bunga duka untuk Suga *BTS* dan penolakan *ARMY* di X

Sumber: (Media Sosial X @Btsprotect, 2024)

Pada gambar di atas, akun X dengan *username* @_btsprotect mengunggah foto di mana terdapat jajaran karangan bunga yang biasanya dalam tradisi dan budaya Korea di berikan sebagai bentuk dari perasaan duka cita. Karangan tersebut

dipasang berjajar di sepanjang trotoar gedung *HYBE*. Karangan bunga tersebut berisikan pesan kecaman yang menuntut Suga *BTS* untuk meninggalkan *BTS* dan gedung *HYBE*. Dalam gambar tersebut juga dapat terlihat beberapa penggemar yang mengecam hal tersebut dengan melakukan foto dengan pose menggunakan jari tengah. Di mana secara umum penggunaan jari tengah memiliki makna negatif dan biasanya dilakukan untuk menunjukkan penolakan.



Gambar 1.1. 3 Dukungan yang diberikan penggemar terhadap Suga *BTS*

Sumber: (Media Sosial X @Sakina801, 2024)

Kekhawatiran penggemar terhadap kesehatan mental Suga *BTS* mendorong para penggemar untuk menyampaikan dukungan melalui tagar di media sosial X serta melakukan aksi simbolis seperti mengirimkan pesan melalui truk. Dengan hal tersebut penggemar berharap bahwa sang idola tidak perlu khawatir mengenai komentar buruk yang ditujukan kepada dirinya. Para penggemar ingin Suga tahu

bahwasanya masih banyak orang yang akan terus mencintainya dan mendukung dirinya kapanpun.

Selain itu, berdasarkan hasil pra-riset yang dilakukan dengan menggunakan unit analisis *tweet binder* ditemukan bahwa penggemar juga aktif memberikan dukungan terhadap Suga dengan melakukan berbagai macam kampanye di media sosial X. Mereka terus memberikan dukungan kepada Suga *BTS* dengan terus mengunggah berbagai cuitan dengan menggunakan tagar bernarasi dukungan dengan rincian sebagai berikut: lebih dari 200 *post* menggunakan tagar *#BTSisSeven*, lebih dari 200 *post* *#WeLoveYouYoongi*, dan lebih dari 58 *post* menggunakan tagar *#YoongiNeverWalkAlone*



Gambar 1.1. 4 Hasil PraRiset Dengan Menggunakan Unit Analisis Tweet Binder

Sumber: (Tweet Binder, 2024)

Interaksi parasosial yang terjadi karena adanya ikatan emosional atau persepsi terhadap hubungan pribadi dengan idola. Di mana dengan adanya kasus DUI (*Driving Under The Influence*) yang melibatkan Suga *BTS* misalnya, yang telah memicu respons besar dari komunitas penggemar *BTS* yakni *ARMY*. Menunjukkan bagaimana interaksi parasosial ini mempengaruhi reaksi penggemar terhadap isu ini. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan pengamatan lebih dalam terhadap fenomena ini dengan melakukan penelitian yang berjudul **“Eksplorasi Makna Interaksi Parasosial dalam Respons *ARMY* Terhadap Kasus DUI (*Driving Under The Influence*) Suga *BTS* di Media Sosial X.”**

Penelitian ini dilakukan untuk mengeksplorasi bagaimana interaksi parasosial mempengaruhi respons penggemar terhadap isu sensitif seperti pada kasus Suga *BTS*. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan wawasan tentang pola komunikasi penggemar dalam ruang lingkup digital serta implikasinya terhadap dinamika interaksi sosial.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan penulis pada sub pembahasan sebelumnya. Adapun rumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

Bagaimana pemaknaan terkait interaksi parasosial membentuk respons *ARMY* terhadap kasus DUI (*Driving Under The Influence*) yang melibatkan Suga *BTS* di media sosial *X*?

1.3. Tujuan

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka dapat dirumuskan tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

Untuk mengetahui bagaimana pemaknaan terkait interaksi parasosial membentuk respons *ARMY* terhadap kasus DUI (*Driving Under The Influence*) yang melibatkan Suga *BTS* di media sosial *X*?

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Studi ini diharapkan dapat berkontribusi dalam pengembangan teori hubungan parasosial di era digital dengan memberikan wawasan baru mengenai bagaimana interaksi parasosial terbentuk, terpelihara, dan mempengaruhi penggemar melalui media sosial.
2. Studi ini diharapkan dapat memperkaya kajian dalam ilmu komunikasi massa dengan mengeksplorasi interaksi dan dampak yang ditimbulkan dari interaksi *public figure* dengan penggemar mereka di media sosial terutama pada saat terjadi isu sensitif yang berkaitan.
3. Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat menambah wawasan mengenai pengelolaan krisis dan reputasi di media sosial khususnya yang berkaitan dengan peran penggemar terhadap idola mereka.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Diharapkan temuan yang didapat melalui penelitian ini dapat memberikan panduan kepada manajemen artis dan tim pengelola media sosial untuk lebih memperhatikan bagaimana penggemar merespons segala isu yang berkaitan dengan idola mereka.
2. Diharapkan penelitian ini dapat membantu pengelola komunitas penggemar untuk menciptakan lingkungan digital yang sehat di mana penggemar dapat berinteraksi secara positif dan mendukung idola mereka dengan baik.
3. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang tertarik pada kajian budaya populer, media sosial, dan dinamika

hubungan parasosial dalam konteks isu atau krisis yang melibatkan *figure public*.

4. Diharapkan penelitian ini dapat memberi wawasan tentang dampak dari interaksi digital dan hubungan parasosial pada opini publik dalam merespons *public figure*. Hal tersebut dapat menjadi pertimbangan dalam merancang kebijakan yang akan mendukung perilaku sehat di media sosial, terkhusus pada komunitas penggemar yang aktif bermedia sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, L. A. (2022). *Peranan Media Sosial Modern*. www.bening-mediapublishing.com
- Agosto, D. E., & Abbas, J. (2009). Web 2.0, Social Networking, and the YouTube Generation. In *Voice of Youth Advocates* (Vol. 55).
<http://pdfs.voya.com/VO/YA2/VOYA200912electronic-eye.pdf/>
- Alyusi, S. D. (2016). *MEDIA SOSIAL: INTERAKSI, IDENTITAS DAN MODAL SOSIAL* (1st ed.). Kencana.
- Aprili Jasmine Amanda, N. (2022). Analisis Fenomena Fandom K-Pop dalam kajian Hubungan Parasosial: Literatur Review. *JURNAL PSIMAWA*, 5(2).
<https://doi.org/10.36761/jp.v5i2.2113>
- Berger, R. (2015). Now I see it, now I don't: researcher's position and reflexivity in qualitative research. *Qualitative Research*, 15(2), 219–234.
<https://doi.org/10.1177/1468794112468475>
- Bieniek, A. T. (2014). *Gender & pop culture : a text-reader* (2nd ed.). Sense Publisher.
- Big Hit Music. (2022). *BTS*. HYBE.
- BTS WIKI. (2024a). *ARMY*. BTS WIKI.
<https://bts.fandom.com/wiki/ARMY#2017>
- BTS WIKI. (2024b). *Suga*. BTS WIKI.
https://bts.fandom.com/wiki/SUGA#Other_ventures
- Choen, J. (2014). *Mediated Relationships and Social Life Current Research on Fandom, Parasocial Relationships, and Identification*. Routledge.
- Cole, T., & Leets, L. (1999). Attachment styles and intimate television viewing: Insecurely forming relationships in a parasocial way. *Journal of Social and Personal Relationship*, 16(1), 495–511.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1177/0265407599164005>
- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative Inquiry And Research Design Choosing Among Five Approaches* (Third Edition). SAGE Publications.
- Dean, B. (2024, July 17). *X (Twitter) Statistics: How Many People Use X?* BACKLINKO.Com. <https://backlinko.com/twitter-users>
- Duffett, M. (2013). *Understanding Fandom: An Introduction to The Study of Media Fan Culture*. Bloomsbury Publishing Plc.

- Dwiyarthi, N. D. M. S., Ningsih, D. R., Hadawiah, Larasati, P. A. A., Pratama, I. W. A., Sendra, E., & Supriyadi, A. (2022). *Psikologi Komunikasi*. PT. GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI. www.globaleksekitifteknologi.co.id
- Emmanuel, O. (2024, June 20). *X Social Media: Pelajari Segalanya Tentang Twitter yang Diganti Namanya*. Tweeteraser.
https://www.tweeteraser.com/id/resources/x-social-media-learn-everything-about-the-rebranded-twitter/#What_Is_X_Social_Media
- Geertz, C. (2017). *The Interpretation of Cultures* (3rd ed.). Basic Books.
- Getnet Agazu, B., Ketemaw Dejenu, A., & Lemi Debela, K. (2022). A Comparative Review of Qualitative Research: A Guide to Design and Implementation. In *Qualitative Report* (Vol. 27, Issue 8, pp. 1499–1508). Peace and Conflict Studies. <https://doi.org/10.46743/2160-3715/2022.5748>
- Giles, D. C., & Stever, G. S. (2024). *Parasocial Experiences: Psychological Theory and Applications*. Oxford University Press.
- Gray, J., Sandvoss, C., & Harrington, C. L. (2017). *Fandom: Identities and Communities In A Mediated World* (Second Edition). New York University Press.
- Hayati, S. D. Y., Prabowo, A., & Hijrianti, U. R. (2022). Kebijakan (wisdom) dan fanatisme pada penggemar K-Pop. *Cognicia*, 10(1), 42–50.
<https://doi.org/10.22219/cognicia.v10i1.20089>
- Heryana, A. (2018). *Informan dan Pemilihan Informan dalam Penelitian Kualitatif*. <https://www.researchgate.net/publication/329351816>
- Hoffner, C., & Buchanan, M. (2002). Parents' responses to television violence: The third-person perception, parental mediation, and support for censorship. *Media Psychology*, 4(3), 231–252.
https://doi.org/10.1207/S1532785XMEP0403_02
- Horton, D., & Richard Wohl, R. (1956). Mass Communication and Para-Social Interaction. *Psychiatry*, 19(3), 215–229.
<https://doi.org/10.1080/00332747.1956.11023049>
- Iba, Z., & Wardhana, A. (2023). *Metode Penelitian*.
- Indah, M. (2024). *Pengaruh Budaya Populer Terhadap Anak Muda: Peran Selebriti dalam Pembentukan Identitas Kecantikan*. CV. Garuda Mas Sejahtera.
- Indriani, N. (2021). Interaksi Sosial Fandom Army Di Media Sosial (Studi Fenomenologi Penggunaan Weverse Oleh Army) [Publikasi Ilmiah]. In *Publikasi Ilmiah*. Univeristas Muhammadiyah Surakarta.

- Jae-Hen, K. (2024). *Is Korea being too harsh on Suga?*
https://news.koreaherald.com/view.php?ud=20240826050564&md=20240829003318_BL
- Jasmine, A. (2024). *Usai Seunghan RIIZE, Suga BTS Ikut Dikirim Papan Bunga Kematian oleh Netizen Korea.* <https://www.tempo.co/hiburan/usai-seunghan-riize-suga-bts-ikut-dikirim-papan-bunga-kematian-oleh-netizen-korea-816653>
- KBS. (2024a). *[News Today] BTS SUGA CAUGHT FOR SCOOTER DUI.* [News Today] BTS SUGA CAUGHT FOR SCOOTER DUI
- KBS. (2024b). *[News Today] BTS SUGA ISSUES 2ND APOLOGY.*
<https://news.kbs.co.kr/news/pc/view/view.do?ncd=8043770&ref=A>
- Khan, S. N. (2014). *Qualitative Research Method: Grounded Theory.*
International Journal of Business and Management, 9(11).
<https://doi.org/10.5539/ijbm.v9n11p224>
- Koreaboo. (2024, August 16). *JTBC Officially Apologizes For CCTV Misreport Regarding BTS Suga's DUI.* Koreaboo.Com.
<https://www.koreaboo.com/news/jtbc-apology-bts-suga-cctv-misreport/>
- Lalwani, K., Martin, J., Barton, E., Frazier, G., & Abel, W. (2024). Drug driving: a secondary analysis of factors associated with *Driving Under The Influence* of cannabis in Jamaica. *BMJ Open*, 14(1). <https://doi.org/10.1136/bmjopen-2023-078437>
- Lyons, S. (2023, January 16). *"Yoongi, Marry Me": BTS Suga's Most Unexpected Marriage Proposals Of All Time.* Koraboo.Com.
<https://www.koreaboo.com/lists/bts-suga-yoongi-marry-meme-moments-funny-unexpected/>
- Maxwell, J. (2014). *Designing a Qualitative Study.* In *The SAGE Handbook of Applied Social Research Methods* (pp. 214–253). SAGE Publications, Inc.
<https://doi.org/10.4135/9781483348858.n7>
- Media Sosial X @Abyssgirl92. (2024, October 21). *Ujaran kebencian untuk Suga BTS . X.* Akun tersebut telah dihapus.
- Media Sosial X @Btsprotect. (2024, October 21). *Karangan bunga duka untuk Suga BTS. X.*
- Media Sosial X Informan EN. (2024). *Hasil Observasi Media Sosial X Informan EN.* Dokumen Pribadi.
- Media Sosial X Informan L. (2024). *Hasil Observasi Media Sosial X Informan L.* Dokumen Pribadi.

- Media Sosial X Informan N. (2024). *Hasil Observasi Media Sosial X Informan N.* Dokumen Pribadi.
- Media Sosial X Informan YTR. (2024). *Hasil Observasi Media Sosial X Informan YTR.* Dokumen Pribadi.
- Media Sosial X Informan Z. (2024). *Hasil Observasi Media Sosial X Informan Z.* Dokumen Pribadi.
- Media Sosial X @Nbnfgwn. (2024, October 21). *Ujaran kebencian untuk Suga BTS.* X.
- Media Sosial X @Sakina801. (2024, October 20). *Bentuk dukungan dari penggemar untuk Suga BTS.* X. Unggahan telah dihapus
- Mihardja, J., & Paramita, S. (2019). Makna Idola Dalam Pandangan Penggemar (Studi Komparasi Interaksi Parasosial Fanboy dan Fangirl ARMY Terhadap BTS). *Koneksi*, 2(2). <https://doi.org/10.24912/kn.v2i2.3915>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis A Methods Sourcebook* (Third Edition). SAGE Publications, Inc.
- Mukhtar. (2013). *Metode Praktis Penelitian Deskriptif Kualitatif.* Referensi.
- Noviasyri, A. (2022). Fantasi dan Ilusi: Interaksi Parasosial Fandom ARMY BTS di Media Sosial. *Kalijaga Journal of Communication*, 4(2), 171–192. <https://doi.org/10.14421/kjc.42.04.2022>
- Origenes, A. N., White, S. A., McGinty, E. E., & Vernick, J. S. (2024). State Driving Under The Influence of Drugs Laws. *Journal of Law, Medicine and Ethics*, 52, 85–88. <https://doi.org/10.1017/jme.2024.39>
- Perbawani, P. S., & Nuralin, A. J. (2021). Hubungan Parasosial dan Perilaku Loyalitas Fans dalam Fandom KPop di Indonesia. *Jurnal Lontar*, 9.
- Pitaloka, P. S. (2023, June 17). *8 Fandom K-Pop Terbesar di Dunia, Tentu BTS Army Nomor Satu.* Tempo. <https://www.tempo.co/teroka/8-fandom-k-pop-terbesar-di-dunia-tentu-bts-army-nomor-satu-176085>
- Prajarini, D. (2020). *Media Sosial Periklanan: Instagram* (1st ed.). Deppublish.
- Putri Wardani, E., Sari Kusuma, R., Muhammadiyah Surakarta, U., Ahmad Yani, J., & Tengah, J. (2021). INTERAKSI PARASOSIAL PENGGEMAR K-POP DI MEDIA SOSIAL (Studi Kualitatif pada Fandom Army di Twitter) Parasocial Interaction of K-Pop Fans in Social Media (A Qualitative Study towards Army Fandom on Twitter). *Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 7(2), 243–260. <http://journal.ubm.ac.id/>
- Pyne, E. A. (2010). *The Ultimate Guide to the Harry Potter Fandom.* Rowan Tree Books.

- Reijnders, S., Zwaan, K., & Duits, L. (2014). *The Ashgate Research Companion to Fan Cultures*. Ashgate Publishing.
- Ridaryanthi, M. (2014). Bentuk Budaya Populer dan Konstruksi Perilaku Konsumen Studi Terhadap Remaja. In *Jurnal Visi Komunikasi* (Vol. 13, Issue 01).
- Rizky, A., Umar, M., Darmawan, A. B., Sufa, F., & Ndadari, G. L. (2014). Media Sosial dan Revolusi Politik: Memahami Kembali Fenomena “Arab Spring” dalam Perspektif Ruang Publik Transnasional 1. In *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik* (Vol. 18, Issue 2).
- Rofiah, C. (2023). *Metode Penelitian Fenomenologi*. PT. Literasi Nusantara Abdi Grub.
- Rorong, M. J. (2020). *Fenomenologi*. Deepublish Publisher.
- Sagita, A., & Kadewardana, D. (2018). Hubungan Parasosial di Media Sosial (Studi pada Fandom Army di Twitter). *Journal of Strategic Communications*, 8(1), 45–58.
https://www.researchgate.net/publication/369816390_Hubungan_Parasosial_di_Media_Sosial_Studi_pada_Fandom_Army_di_Twitter/references
- Schramm, H. (2006). *Parasocial interactions and relationships*. 291–313.
<https://www.researchgate.net/publication/307905145>
- Stever, G. S. (2009). *Fan/Celebrity Symbiotic Social Relationships*.
<http://www.researchgate.net/publication/282293716>
- Stever, G. S. (2013). Mediated vs. Parasocial Relationships: An Attachment Perspective. In *Journal of Media Psychology* (Vol. 17, Issue 3). Winter.
- Suga. (2024a, August 7). *Permintaan Maaf Suga BTS Pertama Kali*. Weverse.
- Suga. (2024b, August 25). *Permintaan Maaf Suga BTS yang Kedua*. Weverse.
- Sugihartati, R. (2019). *Budaya Populer dan Subkultur Anak Muda Antara Resistensi dan Hegemoni Kapitalisme di Era Digital*. Airlangga University Press.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabata.
- Supraja, M., & Akbar, N. Al. (2023). *Alfred Schutz Pengarusutamaan Fenomenologi dalam Tradisi Ilmu Sosial*. Gajah Mada University Press.
- Susanti, E., Mu'min, M., Mausili, D. R., Sajidin, M., & Hafid, A. (2024). Pengaruh Budaya Populer Di Kalangan Pemuda Dan Implikasinya Terhadap Ketahanan Budaya Komunitas Etnik (Studi Tentang Korean Wave Di Komunitas Suku Mandar, Provinsi Sulawesi Barat). *Jurnal Ketahanan Nasional*, 29(3). <https://doi.org/10.22146/jkn.88415>

- Tionardus, M., & Setiawan, T. S. (2024, August 23). Datangi Kantor Polisi, Suga BTS Diperiksa Kasus DUI Sekaligus Sampaikan Maaf. *Kompas.Com*.
<https://www.kompas.com/hype/read/2024/08/23/222557866/datangi-kantor-polisi-suga-bts-diperiksa-kasus-dui-sekaligus-sampaikan-maaf>
- Topbas Tat, E., & Gumus, H. (2024). The Process of Teaching and Learning from the Views of Prospective Mathematics Teachers: The Case of Algebraic Inequalities Matematik Öğretmen Adaylarının Gözünden Öğretme ve Öğrenme Süreci: Cebirsel Eşitsizlikler Örneği Özet. *Instructional Technology and Lifelong Learning*, 5(2), 67–87.
- Tweet Binder. (2024). *Hasil PraRiset Jumlah Unggahan ARMY yang Berisi Dukungan Untuk Suga BTS*. Dokumen Pribadi.
- Vasthia Devi, J. F. (2022). MELAMPAUI NARASI STIGMATISASI IDENTITAS PEREMPUAN PENGGEMAR: BTS ARMY. *Paradigma: Jurnal Kajian Budaya*, 12(1). <https://doi.org/10.17510/paradigma.v12i1.547>
- Warsah, I., & Daheri, M. (2021). *Psikologi Suatu Pengantar*. Tunas Gemilang Press.
- Yusuf, A. M. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. KENCANA.