

ABSTRAK

K-Pop atau Korean Wave sudah menjadi fenomena dunia. Tahun 2019 yang menjadi tahun pandemi COVID-19 berlangsung ini mendorong aktivitas dilakukan secara online, seperti aplikasi video konferensi yang makin banyak dipergunakan dan juga aplikasi komunikasi lainnya. Salah satu aplikasi yang penggunaannya merupakan upaya humas selebriti adalah DearU Lysn dan Bubble. Aplikasi ini berfungsi sebagai platform komunikasi personal antara idola dan penggemarnya yang unik dalam modelnya yang serupa dengan laman chat pribadi pada umumnya aplikasi chat. Interaksi Parasosial menjadi salah satu fokus utama penelitian ini bagaimana interaksi antara seorang idola dan penggemarnya terjadi di aplikasi Dear U. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan paradigma interpretatif menggunakan metode analisis resepsi. Proses pengumpulan data dilakukan dengan cara mewawancarai kelima narasumber subscriber aplikasi dengan fandom berbeda (NCTzen, Villains, My, Stay). Berdasarkan penelitian yang dilakukan, penggemar rela menyisihkan sumber dayanya untuk berlangganan aplikasi DearU Lysn Bubble akibat urgensi akan interaksi dan hubungan parasosial. Dari data yang dikumpulkan para narasumber termasuk dalam dua klasifikasi Parasosial Kozinets (1999) yaitu Pemuja dan Insider (orang dalam). Dapat disimpulkan bahwa aplikasi DearU Lysn Bubble merupakan aplikasi fandom yang berhasil meningkatkan level relasi dengan audiensnya, loyalitas, serta pengalaman penggemar demi mempertahankan karir, reputasi, dan citra baik artisnya dan perusahaannya.

Kata Kunci: Aplikasi Fandom, DearU Lysn Bubble, Humas Selebriti, Interaksi Parasosial.