

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis interaksi parasosial dan perilaku loyalitas di kalangan penggemar K-Pop, dengan fokus pada pengguna aplikasi fandom Weverse. Interaksi parasosial merujuk pada hubungan satu arah yang dirasakan penggemar terhadap idola mereka, yang meskipun tidak saling timbal balik secara langsung, dapat mempengaruhi tingkat loyalitas penggemar. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan netnografi, melibatkan wawancara mendalam dengan sejumlah pengguna aktif Weverse dari berbagai fandom. Hasil penelitian menunjukkan bahwa interaksi parasosial yang terjadi di Weverse memiliki dampak signifikan terhadap perilaku loyalitas penggemar. Penggemar yang mengalami tingkat keterlibatan emosional yang tinggi dengan idola mereka melalui konten yang disediakan di Weverse cenderung menunjukkan loyalitas yang lebih besar, yang diwujudkan dalam berbagai bentuk seperti partisipasi dalam event, pembelian merchandise, dan aktivitas online lainnya. Selain itu, aspek-aspek seperti *internal involvement*, *external involvement*, *desire to acquire*, dan *interaction* memainkan peran penting dalam membentuk dan memperkuat loyalitas tersebut. Penelitian ini mengungkap bahwa Weverse tidak hanya berfungsi sebagai platform komunikasi, tetapi juga sebagai medium yang memperdalam hubungan emosional antara penggemar dan idola mereka. Kesimpulannya, interaksi parasosial yang difasilitasi oleh Weverse berkontribusi secara signifikan terhadap perilaku loyalitas penggemar K-Pop, menunjukkan pentingnya platform ini dalam strategi pemasaran dan manajemen penggemar bagi industri hiburan.

Kata Kunci: interaksi parasosial, K-Pop, perilaku loyalitas, Weverse