

Interaksi Parasosial Pada Penggemar *Streamer* Youtube Jonathan Liandi

Muhammad Yusuf Abdurahim¹, Adrio Kusmareza Adim²

¹ Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial, Universitas Telkom , Indonesia,
myusufabd@student.telkomuniversity.ac.id

² Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial, Universitas Telkom , Indonesia,
adriokus@telkomuniversity.ac.id

Abstract

The live streaming phenomenon in the gaming industry has created new opportunities for gamers and content creators to build connections with their audience. This study focuses on the parasocial interaction formed between fans and Youtube streamer Jonathan Liandi. Parasocial interaction, a one-way relationship perceived as real by fans, often occurs through live streaming features like live comments and superchat, which foster emotional engagement. Using case studies approach, this qualitative research aims to understand why Jonathan Liandi's fans engage in parasocial interactions on Youtube. This research addresses the gap in literature regarding parasocial interaction on game streamers in the Youtube platform, which has been less studied compared to celebrities in other media. The findings indicate that emotional attachment among fans is driven by dimensions such as task attraction, identification attraction, and romantic attraction. This study recommends the development of more effective interaction strategies for streamers to strengthen fan loyalty and provide a meaningful experience. Future research could explore how parasocial interaction influences consumption decisions or audience behavior on other live streaming platforms.

Keywords: *Live streaming, Parasocial Interactions, Streamer, Youtube*

Abstrak

Fenomena *live streaming* dalam industri gaming telah membuka peluang baru bagi para *gamer* dan kreator konten untuk menjalin hubungan dengan audiens mereka. Penelitian ini menyoroti interaksi parasosial yang terjadi antara penggemar dan *streamer* Youtube Jonathan Liandi. Interaksi parasosial, yang merupakan hubungan satu arah yang terasa nyata bagi penggemar, sering terjalin melalui fitur *live streaming* seperti komentar langsung dan donasi, yang memperkuat keterlibatan emosional penggemar. Dengan menggunakan pendekatan studi kasus, penelitian kualitatif ini bertujuan untuk menggali alasan mengapa penggemar Jonathan Liandi membentuk interaksi parasosial di Youtube. Penelitian ini mengisi kekosongan dalam literatur mengenai interaksi parasosial pada *streamer game* di Youtube, yang masih jarang diteliti dibandingkan dengan selebritas di media lainnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keterikatan emosional penggemar dipengaruhi oleh dimensi seperti *task attraction*, *identification attraction*, dan *romantic attraction*. Penelitian ini juga menyarankan agar *streamer* mengembangkan strategi interaksi yang lebih efektif untuk memperkuat loyalitas penggemar dan menciptakan pengalaman yang lebih bermakna. Penelitian lebih lanjut dapat mengeksplorasi dampak interaksi parasosial terhadap keputusan konsumsi atau perilaku audiens di platform *live streaming* lainnya.

Kata Kunci: *Interaksi parasosial, Live streaming, Streamer, Youtube*

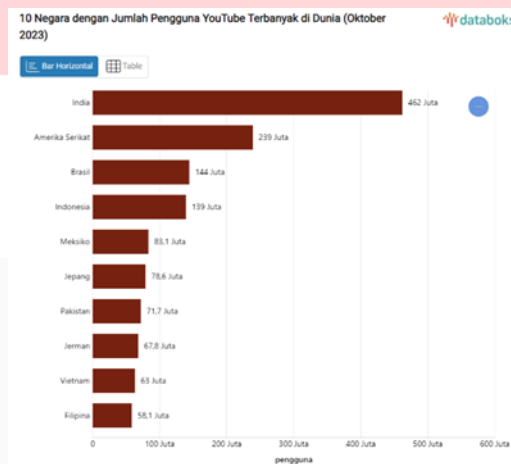
I. PENDAHULUAN

Live streaming telah berkembang pesat pada industri gaming menjadi cara baru bagi para *gamer* serta content creator untuk terhubung langsung dengan para penonton. Karine Pires dan Gwendal Simon (2015) mengatakan, layanan streaming yang dihasilkan oleh pengguna, khususnya Youtube dan Twitch, telah berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir dan bahkan menjadi pesaing serius bagi televisi kabel tradisional (Pires & Simon, 2015).

Youtube menjadi salah satu platform utama yang mendukung tren ini, fitur *live streaming* yang ada pada Youtube dapat menciptakan suatu fenomena yang menonjol yaitu interaksi parasosial.

Media sosial seperti Youtube memberikan ruang yang lebih luas untuk terjadinya interaksi parasosial. Interaksi parasosial ini tidak hanya memberikan rasa keterhubungan semu tetapi juga dapat berkembang menjadi hubungan parasosial yang lebih mendalam. Hubungan ini terjadi ketika penggemar mulai merasa seolah-olah mereka mengenal idola mereka secara personal dan terlibat secara emosional, meskipun hubungan tersebut tetap bersifat satu arah (Kusumadinata & Arianti, 2023).

Interaksi parasosial di Youtube, antara penonton dengan *streamer* dapat terjadi melalui fitur komentar langsung atau memberikan donasi. Sistem donasi seperti ini tidak hanya membantu meningkatkan penghasilan bagi *streamer* tetapi juga menciptakan hubungan yang lebih intens antara *streamer* dan penontonnya (R. Jin et al., 2023). Youtube saat ini menjadi salah satu platform paling populer di Indonesia. Di kutip dari databoks.co.id pengguna Youtube di Indonesia pada Oktober 2023 mencapai angka 139 juta. Hal tersebut membuat Indonesia menjadi negara dengan urutan keempat sebagai pengguna Youtube terbanyak di dunia (Annur, 2023).



Gambar 1. 1 Data Pengguna Youtube Didunia

Sumber: databoks.katadata.co.id, 2023

Dengan basis pengguna sebesar ini tentu saja banyak interaksi parasosial yang sudah terjadi melalui fitur-fitur yang ada pada platform tersebut. Tidak heran jika Youtube live menjadi pilihan bagi para *streamer*. Hubungan antara penggemar dan idola dalam interaksi parasosial di Youtube berkembang seiring dengan seberapa sering dan aktif penggemar berpartisipasi dalam konten yang disajikan oleh *streamer*. Tidak hanya sekadar menonton, penggemar juga terlibat melalui komentar, donasi, atau keanggotaan eksklusif yang memungkinkan mereka mendapatkan konten khusus serta interaksi lebih dekat dengan idola mereka. Partisipasi ini menciptakan perasaan kedekatan, di mana penggemar merasa memiliki hubungan personal dengan *streamer* meskipun interaksi tersebut sebenarnya bersifat satu arah.

Salah satu contoh streamer Youtube yang populer di Indonesia dari tren ini adalah Jonathan Liandi, seorang streamer dan kreator konten Mobile Legends yang memanfaatkan fitur-fitur interaktif Youtube untuk menciptakan hubungan dekat dengan penggemarnya melalui interaksi parasosial. Hubungan ini menunjukkan bagaimana siaran langsung dapat menjadi media yang efektif dalam membangun interaksi parasosial antara streamer dan penggemar.

Jonathan Liandi jika dibandingkan dengan Youtuber gaming lain seperti Windah Basudara atau MiawAug fokus kontennya yang berbeda dan keterkaitannya yang lebih kuat dengan komunitas Mobile Legends. Windah Basudara lebih dikenal karena kontennya yang humoris dan sering memainkan berbagai *game* retro atau *game* yang tidak biasa, sedangkan MiawAug berfokus pada permainan single-player yang lebih naratif. Jonathan Liandi relevan untuk dikaji

dari perspektif interaksi parasosial karena hubungan emosional yang kuat dan loyalitas yang ditunjukkan penggemarnya terhadap konten Mobile Legends yang ia buat. Sebagai mantan pemain profesional, Jonathan bukan hanya dikenal sebagai pemain berpengalaman, tetapi juga sebagai sosok yang sangat dekat dengan komunitas Mobile Legends.

Jonathan Liandi layak untuk diteliti karena pengaruhnya yang besar dan kedekatannya dengan komunitas Mobile Legends. Sebagai mantan pemain profesional, Jonathan dikenal bukan hanya karena keterampilannya dalam bermain, tetapi juga karena cara dia membangun hubungan yang kuat dengan penggemarnya. Jonathan lebih menarik karena kontennya yang lebih relevan dengan komunitas Mobile Legends dan interaksinya yang lebih personal. Selain itu, Jonathan juga mampu memimpin pengikutnya dengan baik. Kepribadiannya yang lucu dan ramah membuatnya tak hanya dihargai sebagai seorang pemain profesional, tetapi juga sebagai sosok yang bisa dijadikan panutan oleh penggemarnya (Indriana & Indriastuti, 2025).

Penelitian ini penting dilakukan karena perkembangan fenomena *live streaming* yang semakin pesat di Indonesia, khususnya di kalangan *gamer* dan kreator konten. Interaksi parasosial yang terbentuk melalui platform ini perlu dipahami karena dapat mempengaruhi perilaku penggemar, termasuk loyalitas dan tingkat keterlibatan mereka terhadap konten yang disajikan (Wulandari et al., 2023). Penelitian ini juga relevan untuk melihat bagaimana penggemar terhubung secara emosional dengan tokoh figur publik di media digital, serta bagaimana hal ini bisa dikelola untuk memperkuat komunitas *streamer* dan penggemarnya.

Gap literatur dalam penelitian ini terletak pada kekurangan dalam kajian teoritis dan studi-studi sebelumnya yang terkait dengan topik penelitian. Dalam hal ini, meskipun sudah ada banyak penelitian terdahulu yang telah dilakukan terkait interaksi parasosial, kebanyakan penelitian masih hanya berfokus pada selebritas di dunia hiburan, khususnya musik K-Pop. Contohnya pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sumirna (2023), penelitian ini membahas tentang bagaimana hubungan parasosial antara fangirl dan selebriti K-Pop terbentuk menggunakan teori parasosial dari Stever (2013). Penelitian semacam ini lebih banyak meneliti selebritas tradisional, bukan figur seperti *streamer game*. Selain itu, studi yang membahas interaksi parasosial di platform seperti Youtube juga masih sangat sedikit dibandingkan platform lain, seperti Instagram atau Twitter. Oleh karena itu, ada kekurangan dalam literatur yang perlu diisi untuk memahami interaksi parasosial pada *streamer game* di platform seperti Youtube.

Gap penelitian merujuk pada keterbatasan dalam studi langsung yang pernah dilakukan sebelumnya. Penelitian tentang interaksi parasosial pada *streamer game* masih sangat jarang, terutama di Indonesia. Jonathan Liandi, sebagai salah satu *streamer* terkenal, membuka peluang untuk memahami bagaimana interaksi parasosial berkembang di antara penggemar *game*. Interaksi ini mungkin memiliki karakteristik berbeda dibandingkan dengan penggemar K-Pop atau selebritas hiburan lainnya. Selain itu, penelitian yang secara khusus membahas interaksi parasosial di platform Youtube juga masih jarang, sehingga penelitian ini bertujuan untuk mengisi kekosongan tersebut.

Penelitian ini dibuat untuk menjawab kekurangan yang sudah disebutkan. Penelitian ini akan berfokus dalam memahami bagaimana penggemar Jonathan Liandi di Youtube mengartikan dan merespons kontennya. Penelitian ini juga akan melihat bagaimana interaksi parasosial mempengaruhi keterlibatan emosional dan loyalitas penggemar. Dengan begitu, penelitian ini tidak hanya menambah pemahaman mengenai interaksi parasosial pada *streamer game*, tetapi juga membantu mengisi kekosongan penelitian tentang platform Youtube di Indonesia.

II. TINJAUAN LITERATUR

1. Komunikasi Massa

Komunikasi massa merujuk pada proses komunikasi yang dilakukan oleh suatu organisasi atau individu dengan memanfaatkan teknologi sebagai perantara, seperti media massa, untuk menyampaikan pesan kepada audiens yang luas. Komunikasi ini bertujuan menjangkau banyak orang secara serentak, baik untuk tujuan informasi, hiburan, maupun persuasi, melalui berbagai platform seperti televisi, radio, surat kabar, dan media digital seperti internet (Maulana, 2022). Seiring berkembangnya zaman, komunikasi massa berkembang dengan hadirnya media baru yang menggunakan teknologi internet dan digital. Media baru, seperti Youtube, Instagram, dan platform media sosial lainnya, membawa perubahan besar karena dapat memungkinkan interaksi yang lebih langsung dan personal (Lister et al., 2009). Jika media tradisional seperti

televisi atau radio bersifat satu arah, media baru menawarkan fitur seperti komentar, likes, dan *live streaming* yang membuat komunikasi terasa lebih dekat dan melibatkan audiens secara aktif.

Komunikasi massa sangat membantu masyarakat di era teknologi sekarang. Dengan adanya teknologi, kita bisa dengan mudah mendapatkan informasi dan berkomunikasi kapan saja dan di mana saja, tanpa terbatas oleh tempat atau jarak, baik dengan orang terdekat maupun orang yang kita sukai. Komunikasi massa terjadi ketika media teknologi digunakan untuk saling berkomunikasi (Hidayatulloh, 2023). Perkembangan komunikasi massa lewat media baru, seperti Youtube dan media sosial, membuka peluang bagi terjadinya interaksi parasosial antara audiens dan tokoh yang mereka ikuti. Audiens yang mengakses konten digital tidak hanya sekadar menikmati informasi atau hiburan, tetapi juga membangun hubungan emosional satu arah dengan tokoh atau idola favorit mereka.

2. *Social Presence Theory*

Teori kehadiran sosial (*social presence theory*) pertama kali diperkenalkan oleh Short, Williams, dan Christie (1976), Teori ini menggambarkan sejauh mana keberadaan orang lain terasa penting dalam sebuah interaksi dan bagaimana hal itu mempengaruhi hubungan interpersonal. Kehadiran sosial dianggap sebagai salah satu faktor penting dalam komunikasi, karena semakin tinggi tingkat kehadiran sosial, semakin besar pula rasa keterlibatan dan kedekatan individu yang berkomunikasi. Dalam komunikasi tatap muka, kehadiran sosial terjadi secara alami, sedangkan dalam komunikasi yang dimediasi teknologi, seperti media sosial dan platform *streaming*, kehadiran sosial dapat bervariasi tergantung bagaimana teknologi tersebut mendukung ekspresi diri dan interaksi antar pengguna (Ambulani, 2024). Kehadiran sosial memainkan peran penting dalam menciptakan pengalaman komunikasi yang lebih personal dan mendalam. Misalnya, dalam konteks penelitian ini *live streaming* di Youtube, fitur seperti komentar langsung, donasi, dan interaksi secara *real time* dengan *streamer* dapat meningkatkan kehadiran sosial yang membuat penggemar merasa lebih dekat dan terhubung secara emosional dengan idola mereka.

3. Media Digital

Istilah media baru mulai dikenal pada akhir 1980-an, merujuk pada media digital yang bersifat interaktif, mendukung komunikasi dua arah, dan melibatkan elemen komputasi. Seiring perkembangan teknologi, institusi, dan budaya, media terus mengalami perubahan. Penggunaan istilah media baru bersifat relatif ketika McLuhan menganalisis televisi dan teknologi otomatisasi, media tersebut dianggap sebagai media baru pada masanya (Nugroho, 2020).

Media baru menjadi bagian dari komunikasi massa modern yang lebih fleksibel dan interaktif. Misalnya dalam konteks penelitian ini, Youtube tidak hanya berfungsi sebagai platform untuk menyampaikan pesan ke khalayak luas, tetapi juga memungkinkan kreator konten, seperti *streamer*, membangun hubungan emosional dan personal dengan audiens mereka. Hubungan ini, meskipun sebenarnya satu arah, sering kali terasa seperti hubungan nyata, yang dikenal dengan interaksi parasosial. Perkembangan ini menunjukkan bahwa komunikasi massa terus beradaptasi, menjadi lebih interaktif dan relevan dengan kebutuhan audiens saat ini (Cunningham & Craig, 2019).

4. Interaksi Parasosial

Rubin dan McHugh (2009, dalam Rahmawati & Hermina, 2024) mengemukakan bahwa interaksi parasosial adalah hubungan satu arah yang terjadi antara penggemar dengan selebriti. Pada jenis interaksi ini, komunikasi bersifat satu arah, di mana tindakan atau pesan yang disampaikan oleh selebriti bisa diterima oleh para penggemarnya, tetapi tanggapan atau reaksi dari penggemar tidak sampai kepada selebriti. Hal ini menyebabkan terputusnya komunikasi yang biasanya terjadi dalam hubungan interpersonal. Meskipun begitu, bagi penggemar yang terlibat dalam interaksi parasosial, hubungan ini terasa seperti dua arah, layaknya interaksi dalam komunikasi interpersonal, sehingga menjadikannya hubungan yang semu. Fenomena ini juga dapat muncul dalam hubungan antara individu dengan karakter yang ada di media, baik karakter nyata maupun fiksi, seperti yang ada dalam drama, film, atau bahkan tokoh animasi yang diciptakan manusia.

Horton dan Wohl (1956) mengidentifikasi tiga aspek utama dalam interaksi parasosial, yaitu empati, kesamaan yang dirasakan (*perceived similarity*), dan ketertarikan fisik (*physical attraction*). Empati mengacu pada munculnya rasa tertarik terhadap selebriti yang ditonton di televisi atau dilihat di komunitas daring, sehingga menciptakan perasaan peduli pada individu yang terlibat dalam interaksi parasosial tersebut. Kesamaan yang dirasakan merujuk pada situasi di mana penggemar membangun interaksi parasosial dengan memandang adanya kemiripan antara dirinya dan selebriti yang diidolakan. Sementara itu, ketertarikan fisik didefinisikan sebagai rasa tertarik penggemar terhadap penampilan fisik selebriti, yang sering kali memicu perhatian lebih besar dari audiens, sehingga memperkuat terbentuknya interaksi parasosial.

Platform media sosial memiliki potensi yang lebih besar dibandingkan dengan saluran komunikasi satu arah lainnya dalam hal membentuk dan mempertahankan interaksi parasosial, karena menciptakan ilusi persahabatan yang lebih kuat di antara penggemar. Interaksi parasosial di media sosial juga berpengaruh pada aspek-aspek perkembangan individu, seperti kepuasan hidup dan kesejahteraan, yang serupa dengan interaksi tatap muka (Kim & Kim, 2020). Hal ini terjadi karena para penonton sering kali merasakan hubungan parasosial sebagai cara untuk mencari nasihat dari figur media, memandang tokoh tersebut sebagai teman, membayangkan diri mereka menjadi bagian dari dunia sosial yang digambarkan dalam program favorit, serta keinginan untuk lebih terhubung.

Menurut Stever (dalam Widiastuti et al., 2020), ada tiga kategori utama yang memotivasi penggemar untuk membangun interaksi parasosial yaitu:

- 1) *Task attraction*, merujuk pada ketertarikan yang muncul karena bakat dan kemampuan luar biasa yang dimiliki oleh idola, yang menginspirasi kekaguman dari para penggemarnya.
 - 2) *Identification attraction*, merujuk pada ketertarikan yang timbul dari keinginan untuk meniru atau ingin jadi seperti idolanya. Hal ini mencakup perasaan bahwa idola memiliki kesamaan dengan penggemar, baik dalam karakteristik ataupun pengalaman.
 - 3) *Romantic attraction*, merujuk pada keinginan penggemar untuk membangun hubungan yang lebih dekat dan pribadi dengan idolanya, menunjukkan harapan untuk mengembangkan ikatan yang lebih dalam.
5. Youtube dan *Live streaming*

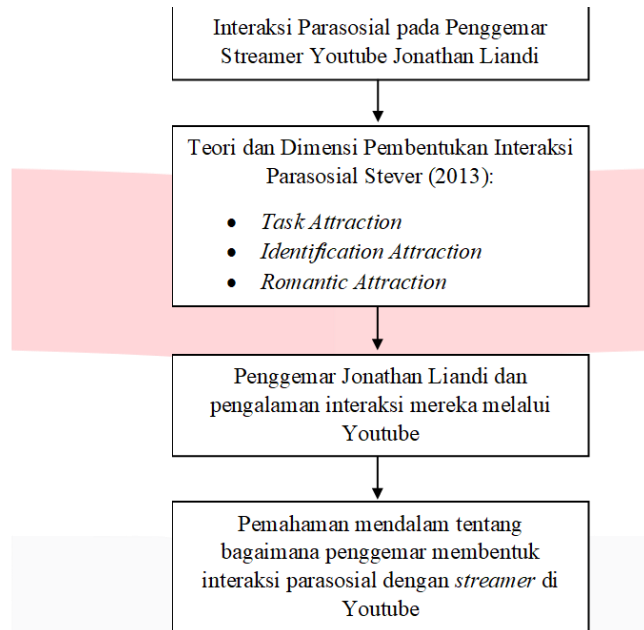
Youtube adalah salah satu platform terkenal yang menyediakan fitur *live streaming*, memungkinkan kreator berinteraksi secara langsung dengan audiens. Fitur seperti donasi, keanggotaan berbayar, dan kolom komentar langsung memungkinkan audiens untuk ikut berpartisipasi selama siaran berlangsung. Tidak hanya itu, Youtube juga memberikan fleksibilitas dengan menghadirkan opsi sesuai keinginan, di mana pengguna dapat menonton ulang siaran yang sudah selesai (Bawack et al., 2023). Fitur-fitur ini memberikan ruang bagi audiens untuk berpartisipasi aktif dalam percakapan selama siaran, menciptakan dinamika komunikasi yang melibatkan *streamer* sebagai pengirim pesan utama dan audiens sebagai penerima sekaligus responden secara *real-time*. Hal ini menjadikan Youtube platform yang ideal untuk memfasilitasi interaksi parasosial antara *streamer* dan penggemarnya.

Live streaming dapat didefinisikan sebagai suatu media yang memungkinkan orang untuk berinteraksi secara langsung (Chen & Lin, 2018). Dari sudut pandang komunikasi, Wang & Wu (2019) menggambarkan *live streaming* sebagai kategori media baru yang menyiarkan konten video untuk mencapai komunikasi antara pengguna dan *streamer*. Fitur *live streaming* Youtube, seperti kolom komentar langsung dan donasi, memberikan kesempatan bagi audiens untuk merasa terhubung secara emosional dengan kreator. Penelitian ini akan mengeksplorasi bagaimana elemen-elemen dalam platform Youtube mendukung interaksi parasosial dan bagaimana pengalaman tersebut memengaruhi cara audiens merasakan hubungan mereka dengan *streamer* selama mengikuti siaran langsung.

6. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah suatu gambaran konseptual yang menjelaskan kaitan antara teori dengan berbagai elemen yang signifikan dalam penelitian (Rachman et al., 2024). Dalam penelitian ini, kerangka pemikiran dirancang untuk menjelaskan alur teori dan kategori yang relevan guna mengungkap proses interaksi parasosial yang dialami oleh penggemar *streamer* Youtube Jonathan Liandi. Fokus utama penelitian ini adalah menganalisis bagaimana penggemar membentuk interaksi parasosial, yang terjadi melalui konten live stream dan fitur-fitur Youtube yang digunakan oleh Jonathan Liandi melalui teori interaksi parasosial

yang diperkuat dengan teori Stever, yang memfokuskan pada bagaimana teknologi memediasi pengalaman interaksi. Penelitian ini juga mengeksplorasi dimensi-dimensi pembentukan interaksi parasosial, seperti *task attraction*, *identification attraction*, dan *romantic attraction*, untuk memberikan gambaran yang lebih mendalam tentang pola keterlibatan dan motivasi penggemar untuk berinteraksi pada konten Jonathan Liandi di Youtube.



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran
Sumber: Olahan Peneliti, 2024

III. METODOLOGI PENELITIAN

Dalam penelitian ini peneliti akan melakukan penelitian kualitatif dengan pendekatan yang akan digunakan adalah studi kasus. Max Webber (1997) adalah tokoh yang menjadi landasan berpikir dalam penelitian kualitatif yang mengatakan bahwa pokok penelitian sosiologi bukanlah gejala-gejala sosial, melainkan pada makna-makna yang terdapat di balik tindakan-tindakan perorangan yang mendorong terwujudnya gejala-gejala sosial tersebut.

Menurut Creswell (2023), metode kualitatif adalah pendekatan penelitian yang menekankan pada pemahaman mendalam atas fenomena sosial atau perilaku manusia melalui eksplorasi detail dari perspektif partisipan. Creswell menggambarkan metode kualitatif sebagai cara untuk memperoleh wawasan melalui data yang bersifat teks dan gambar, bukan data numerik, sehingga lebih fokus pada konteks dan makna yang diciptakan oleh individu. Dalam penelitian ini, pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti untuk menggali pengalaman subjektif penggemar dalam interaksi parasosial mereka dengan Jonathan Liandi, seorang *streamer* di Youtube, serta bagaimana pengalaman ini berhubungan dengan konteks sosial dan budaya yang ada di sekitar mereka.

Studi kasus adalah pendekatan dalam penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami suatu fenomena secara mendalam dalam batasan tertentu. Menurut (Creswell, 2023) studi kasus berfokus pada eksplorasi fenomena dalam kehidupan nyata dengan menggunakan berbagai sumber data untuk mendapatkan gambar yang lebih menyeluruh. Peneliti memilih pendekatan ini untuk memahami bagaimana penggemar Jonathan Liandi membentuk interaksi parasosial dengan dirinya melalui Youtube.

Penelitian ini akan menggunakan paradigma konstruktivisme yang berfokus pada pemahaman bahwa kenyataan atau kebenaran itu tidak bersifat tunggal. Sebaliknya, kenyataan terbentuk melalui proses sosial, di mana individu membangun pemahaman mereka tentang dunia berdasarkan pengalaman dan interpretasi pribadi mereka (Morissan, 2019). Dalam penelitian ini, paradigma konstruktivisme sangat relevan karena dapat membantu kita memahami

bagaimana penggemar membentuk makna dari interaksi parasosial mereka dengan Jonathan Liandi sebagai seorang *streamer* di Youtube.

Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah penggemar Jonathan Liandi yang aktif mengikuti konten-kontennya di Youtube. Pemilihan subjek menggunakan purposive sampling, dengan kriteria penggemar yang aktif terlibat dalam interaksi parasosial seperti berkomentar atau berdonasi melalui *live streaming*. Sedangkan objek penelitiannya adalah interaksi parasosial antara penggemar dan *streamer* Jonathan Liandi di platform Youtube. Penelitian ini menganalisis bagaimana penggemar menjalin hubungan emosional dan sosial melalui konten-konten yang disajikan oleh Jonathan Liandi.

Penelitian ini akan menggunakan metode wawancara untuk pengumpulan data. Menurut Kartono (1980), Wawancara adalah bentuk percakapan yang difokuskan pada suatu masalah tertentu dan merupakan proses tanya jawab secara lisan, di mana dua orang atau lebih bertemu secara langsung. Dalam konteks penelitian ini, wawancara mendalam akan digunakan untuk menggali pengalaman dan persepsi penggemar mengenai interaksi parasosial mereka dengan Jonathan Liandi, seorang *streamer* Youtube.

Metode wawancara mendalam dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memperoleh informasi yang lebih kaya dan terperinci tentang bagaimana penggemar membentuk makna dari interaksi mereka dengan konten yang disajikan oleh Jonathan Liandi, terutama melalui *live streaming* di Youtube. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi lebih dalam mengenai perasaan, pemikiran, dan pandangan pribadi penggemar yang mungkin tidak dapat diungkapkan melalui metode lain, seperti survei (Morissan, 2019).

Penelitian ini juga akan menggunakan metode observasi untuk pengumpulan data. Menurut (Morissan, 2019), observasi lebih menekankan pada deskripsi dan pemahaman mendalam daripada pengukuran atau kuantifikasi, yang memungkinkan peneliti untuk menggali aspek-aspek sosial dan emosional dari interaksi yang terjadi. Dalam konteks penelitian ini, observasi akan dilakukan terhadap interaksi parasosial yang terbentuk antara penggemar dan Jonathan Liandi melalui platform Youtube, khususnya selama sesi *live streaming*. Observasi akan berfokus pada bagaimana penggemar berinteraksi dengan konten yang disajikan oleh Jonathan, serta bagaimana reaksi dan respons mereka terhadap tindakan atau komunikasi yang terjadi dalam sesi-sesi tersebut.

Dokumentasi dalam penelitian ini merujuk pada proses pengumpulan data melalui berbagai sumber yang dapat memperkaya pemahaman mengenai fenomena interaksi parasosial antara penggemar dan Jonathan Liandi. Dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini meliputi tangkapan layar dari *live streaming* Jonathan Liandi yang menunjukkan interaksi penggemar, seperti donasi atau komentar yang diberikan oleh penggemar selama siaran langsung.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini merujuk pada konsep (Sugiyono, 2019) yang bertujuan untuk memahami esensi dari pengalaman subjektif individu terhadap suatu fenomena tertentu. Metode analisis data kualitatif menurut Sugiyono adalah sebagai berikut:

1. Reduksi data, langkah pertama adalah menyaring dan memilih data yang relevan dengan fokus penelitian. Data yang terkumpul akan diringkas agar lebih mudah dikelola dan dipahami, sehingga hanya data yang penting dan sesuai dengan tujuan penelitian yang digunakan.
2. Penyajian data, setelah data dikurangi, langkah selanjutnya adalah menyajikan data dalam bentuk yang lebih jelas seperti tabel, diagram, atau narasi. Tujuannya adalah agar peneliti dapat melihat pola atau tema yang muncul dari data, serta memudahkan untuk melakukan analisis lebih lanjut.
3. Penarikan kesimpulan dan verifikasi, merupakan tahap akhir dari metode analisis data ini. Peneliti menginterpretasikan data untuk menemukan makna yang lebih dalam, dan memverifikasi apakah kesimpulan yang diambil sesuai dengan data yang ada.

Keabsahan data menurut Zulfadrial (dalam Hadi et al., 2021) Adalah sinonim dari istilah validitas dan reliabilitas pada penelitian kuantitatif yang telah disesuaikan dengan persyaratan pengetahuan, kriteria, dan paradigma yang relevan. Keabsahan data bisa tercapai lewat metode pengumpulan data yang akurat, salah satunya adalah melalui teknik triangulasi.

Afifuddin (dalam Hadi et al., 2021) menjelaskan bahwa triangulasi merujuk pada metode keabsahan data yang menggunakan sumber lain di luar data tersebut sebagai alat untuk memverifikasi atau membandingkan keakuratan data. Sugiyono (2019) menjelaskan bahwa dalam metode pengumpulan data, triangulasi adalah teknik yang menggabungkan berbagai teknik dan sumber data yang sudah ada. Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa ketika peneliti menggunakan teknik triangulasi dalam pengumpulan data, mereka sebenarnya sedang

mengumpulkan informasi sambil menguji kredibilitas data, yaitu dengan memverifikasi keakuratan data melalui berbagai teknik dan sumber informasi yang berbeda.

Untuk menjaga kredibilitas dan keabsahan data, penelitian ini menggunakan triangulasi dengan langkah-langkah berikut:

1. Triangulasi sumber data, membandingkan pengalaman partisipan satu dengan lainnya untuk menemukan kesamaan atau perbedaan persepsi terhadap fenomena yang diteliti.
2. Triangulasi teknik, menggunakan berbagai teknik pengumpulan data, seperti wawancara mendalam, observasi interaksi di komentar Youtube, dan analisis dokumentasi aktivitas *online* penggemar.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini, peneliti akan membahas dan mengaitkan temuan-temuan yang peneliti dapatkan secara teoritis dengan teori interaksi parasosial dan literatur yang telah ada sebelumnya. Pembahasan akan mengungkapkan kontribusi penelitian ini terhadap pengembangan studi tentang interaksi parasosial dalam ranah digital, khususnya terkait dengan hubungan penggemar dengan *streamer* Youtube, Jonathan Liandi. Penulis juga akan memberikan argumentasi mengenai bagaimana temuan penelitian ini dapat melengkapi literatur yang masih terbatas atau kurang dalam mendalami fenomena parasosial pada media sosial, terutama dalam konteks platform Youtube.

A. Pembentukan Interaksi Parasosial Pada Penggemar Jonathan Liandi

Pembentukan interaksi parasosial dalam konteks penggemar Jonathan Liandi melalui platform Youtube melibatkan dimensi *task attraction*, *identification attraction*, dan *romantic attraction* yang saling melengkapi. Berdasarkan hasil wawancara dengan informan, ditemukan bahwa interaksi parasosial terbentuk melalui kombinasi ketertarikan terhadap kemampuan Jonathan, kesamaan pengalaman atau nilai yang dirasakan penggemar, serta ilusi hubungan personal yang diciptakan selama *live streaming*.

Pada dimensi *task attraction*, ditemukan bahwa alasan utama penggemar untuk berinteraksi dengan Jonathan Liandi adalah karena bakat atau kemampuan yang dimiliki oleh sang *streamer*, khususnya dalam bermain *game* Mobile Legends. Temuan ini sejalan dengan penelitian Putri (2022), yang menunjukkan bahwa interaksi parasosial ARMY BTS terbentuk melalui rasa kagum terhadap bakat dan karya idola mereka, meskipun dalam konteks budaya populer K-pop. Namun, penelitian ini memperluas pemahaman tersebut dengan menyoroti bahwa interaksi parasosial juga dapat berkembang melalui platform digital seperti Youtube, tempat di mana kemampuan idola seperti Jonathan Liandi menjadi pusat daya tarik yang dieksplorasi secara langsung melalui *live streaming*.

Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sumirna et al., 2023), yang menunjukkan bahwa penggemar K-Pop juga menjadikan bakat, karya, dan prestasi idola mereka sebagai alasan utama untuk menyukai dan menjalin hubungan parasosial. Dalam penelitian tersebut, *task attraction* menjadi salah satu dimensi penting yang membuat penggemar terhubung dengan idola mereka. Namun, hasil penelitian ini memberikan kontribusi tambahan terhadap literatur yang ada dengan menggambarkan bagaimana *task attraction* dapat berkembang dalam konteks yang berbeda, yaitu melalui *live streaming* dan interaksi aktif di platform digital Youtube. Dalam hal ini, penelitian ini dapat melengkapi kekosongan literatur mengenai bagaimana dimensi *task attraction* dapat mendorong penggemar untuk melakukan interaksi terhadap *streamer* gaming, di mana fokusnya tidak hanya pada karya atau prestasi idola, tetapi juga pada bagaimana kemampuan tersebut diintegrasikan dalam interaksi digital secara real-time.

Pada teori interaksi parasosial Horton dan Wohl (1956) tentang kesamaan yang dirasakan (*perceived similarity*) memberikan gambaran lebih jelas tentang alasan penggemar berinteraksi dengan Jonathan Liandi. Penggemar yang mengikuti Jonathan melalui *live streaming* sering merasakan adanya kesamaan minat, terutama dalam hal permainan Mobile Legends. Rasa kesamaan ini membuat interaksi parasosial semakin kuat, karena penggemar merasa mereka memiliki pengalaman atau pandangan yang serupa dengan Jonathan. Meskipun mereka tidak saling mengenal secara pribadi, perasaan ini menciptakan kedekatan emosional dan keterhubungan yang lebih dalam, membuat penggemar merasa lebih dekat dan terlibat dalam setiap sesi *live streaming*.

Dimensi *identification attraction* dalam pembentukan interaksi parasosial lebih berfokus pada kesamaan pengalaman, nilai, atau karakteristik tertentu yang menciptakan rasa kedekatan emosional antara penggemar dan idola. Pada penelitian ini *identification attraction* menjadi dimensi penting yang memotivasi penggemar untuk berinteraksi dengan Jonathan Liandi selama sesi *live streaming* kesamaan yang dibagikan oleh

Jonathan membuat mereka merasa relevan. Hal ini sejalan dengan temuan Rahmawati & Hermina (2024), yang menunjukkan bahwa *identification attraction* menjadi salah satu bentuk interaksi parasosial yang sering muncul pada penggemar K-Pop di Kalimantan Selatan. Kesamaan dalam pengalaman atau nilai-nilai tertentu memberikan penggemar rasa terhubung dengan idola mereka, meskipun hubungan tersebut bersifat sepihak.

Penggemar merasa terhubung secara emosional karena adanya elemen kesamaan dalam kebiasaan, minat, atau pengalaman yang dibagikan oleh idola mereka. Dalam konteks Jonathan Liandi, kesamaan ini mencakup tidak hanya aspek kehidupan pribadi, tetapi juga pendekatan interaktif dan komunikatifnya selama *live streaming*.

Dalam penelitian ini, konsep kesamaan yang dirasakan (*perceived similarity*) dari Horton dan Wohl (1956) sangat relevan dalam menjelaskan *identification attraction*. Penggemar merasa lebih dekat dengan Jonathan Liandi karena melihat ada kemiripan dalam pengalaman dan minat yang mereka miliki, terutama dalam dunia gaming. Kesamaan ini membuat mereka merasa lebih terhubung, seolah-olah mereka bisa memahami dan merasakan apa yang dialami oleh Jonathan. Seperti yang dijelaskan Horton dan Wohl, ketika seseorang merasa memiliki kesamaan dengan idolanya, interaksi parasosial yang terjalin bisa terasa lebih nyata dan personal. Dalam hal ini, *live streaming* menjadi sarana yang memperkuat rasa kedekatan tersebut, karena penggemar bisa melihat langsung bagaimana Jonathan berinteraksi, berbagi cerita, dan menunjukkan sisi dirinya yang membuat mereka semakin merasa relate.

Romantic attraction dalam konteks interaksi parasosial merujuk pada ketertarikan emosional atau fisik penggemar terhadap idolanya, yang menciptakan ilusi hubungan personal. Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa daya tarik fisik Jonathan Liandi menjadi salah satu faktor yang membuat penggemar betah menonton *live streaming*-nya. Hal ini menunjukkan bahwa aspek *physical attraction* dalam teori Horton dan Wohl (1956) berperan penting dalam membentuk interaksi parasosial, di mana ketertarikan terhadap penampilan idola dapat memperkuat keterikatan emosional penggemar.

Selain itu, interaksi langsung selama *live streaming*, seperti saat Jonathan menyebut nama penggemar atau merespons komentar mereka, semakin memperdalam ilusi hubungan yang lebih dekat. Seperti yang dijelaskan Horton dan Wohl, ketika penggemar merasa diperhatikan oleh idolanya, mereka dapat mengembangkan perasaan keterikatan yang lebih kuat, bahkan hingga membayangkan adanya kedekatan personal yang lebih dalam. Temuan ini sejalan dengan penelitian oleh Rahmawati & Hermina (2024), yang menunjukkan bahwa *romantic attraction* sering muncul dalam interaksi parasosial penggemar K-pop di Kalimantan Selatan, terutama ketika idola menunjukkan bentuk perhatian langsung kepada penggemar mereka. Penelitian ini juga relevan dengan temuan Putri (2022), yang menjelaskan bagaimana interaksi parasosial penggemar ARMY BTS menciptakan perasaan kedekatan emosional yang intens.

Lebih lanjut, pengalaman spesial yang dirasakan penggemar saat mendapatkan perhatian langsung dari Jonathan Liandi juga dapat dikaitkan dengan konsep *empathy* dalam teori Horton dan Wohl. Ketika seorang idola memberikan reaksi, seperti tertawa atau menanggapi komentar dengan ekspresi tertentu, penggemar merasa dihargai dan diakui. Meskipun hubungan ini hanya bersifat satu arah, interaksi tersebut dapat memperkuat perasaan memiliki hubungan emosional yang lebih dalam. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sysca & Dwivayani (2024) menunjukkan bagaimana penggemar TREASURE merasa terhubung secara emosional ketika idola membalas pesan atau komentar mereka, meskipun balasan tersebut bersifat acak. Interaksi seperti ini menciptakan ilusi kedekatan, di mana penggemar merasa bahwa perhatian yang diberikan oleh idola memiliki nilai personal, padahal sebenarnya merupakan bentuk interaksi parasosial.

Dengan demikian, penelitian ini memperlihatkan bahwa *romantic attraction* dalam interaksi parasosial tidak hanya terbentuk karena ketertarikan fisik semata, tetapi juga diperkuat oleh berbagai bentuk interaksi yang menciptakan ilusi hubungan personal antara penggemar dan idola. Fenomena ini juga dapat dijelaskan melalui teori kehadiran sosial oleh Short, Williams, dan Christie (1976), yang menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat kehadiran sosial dalam sebuah interaksi, semakin besar pula rasa keterlibatan dan kedekatan emosional yang dirasakan oleh individu yang berkomunikasi. Dalam konteks *live streaming*, fitur seperti komentar langsung, donasi, dan respons langsung dari Jonathan Liandi meningkatkan kehadiran sosial yang membuat penggemar merasa lebih diperhatikan dan terhubung secara emosional.

Dari ketiga dimensi tersebut, terlihat bahwa pembentukan interaksi parasosial pada penggemar Jonathan Liandi tidak hanya bergantung pada satu elemen spesifik, tetapi merupakan hasil dari kombinasi berbagai faktor yang saling melengkapi. Interaksi ini tidak hanya didorong oleh ketertarikan pada kemampuan atau

kepribadian Jonathan, tetapi juga oleh pengalaman yang tercipta melalui respons langsung selama *live streaming*. Hal ini menunjukkan bahwa platform Youtube menyediakan ruang bagi penggemar untuk membangun hubungan parasosial yang dinamis, dengan Jonathan berperan sebagai pusat interaksi yang secara aktif memperkuat hubungan tersebut melalui respons yang personal dan inklusif.

Hasil yang didapatkan dari penelitian ini sesuai dengan apa yang ditemukan dalam beberapa penelitian terdahulu, terutama yang berkaitan dengan interaksi parasosial antara penggemar dan idola melalui media sosial. Misalnya, dalam penelitian yang dilakukan oleh Putri (2022) mengenai interaksi parasosial fandom ARMY BTS di media sosial, ditemukan bahwa penggemar dapat menjalin kedekatan emosional dengan idolanya, meskipun interaksi tersebut bersifat satu arah, serupa dengan fenomena yang terjadi pada penggemar Jonathan Liandi di Youtube. Selain itu, penelitian Wardani dan Kusuma (2021) tentang interaksi parasosial penggemar K-pop di Twitter menunjukkan bahwa respons kognitif, afektif, dan perilaku penggemar memainkan peran penting dalam membentuk hubungan parasosial. Hal ini juga ditemukan dalam penelitian ini, di mana interaksi parasosial penggemar Jonathan Liandi di Youtube terbentuk melalui respons yang personal dan interaktif dari Jonathan, yang menciptakan kedekatan emosional dan motivasi bagi penggemar untuk berinteraksi lebih lanjut.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah penulis lakukan pada bagian pembahasan, penelitian ini berhasil menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian dan membantu memahami bagaimana penggemar *streamer* Youtube Jonathan Liandi membentuk interaksi parasosial pada platform digital melalui beberapa temuan utama. Pertama, interaksi parasosial menjadi daya tarik utama dalam sesi *live streaming* Jonathan Liandi. Responsnya yang interaktif terhadap komentar dan donasi, yang sering kali disertai dengan candaan atau perhatian secara personal, menciptakan rasa dihargai dan ditemani (*companionship*). Hal ini memperkuat ilusi hubungan dua arah, seperti yang dijelaskan dalam teori parasosial Horton & Wohl (1956) dan Stever (2013).

Dalam konteks *live streaming*, interaksi parasosial lebih terasa melalui respons secara langsung yang memberikan penggemar rasa kehadiran yang kuat dan koneksi emosional yang mendalam. Kedua, pada dimensi *task attraction*, apresiasi penggemar terhadap kemampuan Jonathan bermain *game* Mobile Legends menjadi salah satu faktor penting. Sebagai mantan pro player, keahliannya serta respons yang informatif dan inklusif menciptakan lingkungan interaktif yang mendorong penggemar untuk terus berpartisipasi melalui komentar atau donasi. Hasil ini memperkuat literatur yang menunjukkan bahwa kemampuan atau bakat idola adalah faktor utama dalam membangun hubungan parasosial, khususnya di platform *live streaming* seperti Youtube. Ketiga, *identification attraction* juga memainkan peran signifikan dalam membangun hubungan ini.

Kesamaan pengalaman, nilai, atau minat antara penggemar dan Jonathan menciptakan kedekatan emosional yang memotivasi penggemar untuk berinteraksi lebih aktif. Pendekatan komunikatif Jonathan yang relevan dan interaktif memperkuat rasa keterhubungan ini, mencerminkan pentingnya *identification attraction* dalam memperdalam interaksi parasosial. Keempat, pada dimensi *romantic attraction*, penampilan fisik Jonathan, cara dia merespons komentar, serta ekspresi emosionalnya dalam *live streaming* menciptakan ilusi hubungan personal yang lebih intim bagi penggemar tertentu. Namun, dimensi ini sangat bergantung pada preferensi individu dan faktor gender. Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa interaksi parasosial penggemar Jonathan Liandi tidak hanya terbentuk dari apresiasi terhadap kemampuan atau kepribadiannya, tetapi juga dari bagaimana interaksi tersebut dikelola dalam ruang digital yang interaktif. Temuan ini memperkaya pemahaman tentang interaksi parasosial di era digital, terutama dalam konteks *live streaming* yang menghadirkan dimensi interaktif lebih nyata dibandingkan media tradisional.

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, maka peneliti memberikan saran secara akademis dan praktis yang diharapkan dapat menjadi masukan untuk penelitian berikutnya. Berikut adalah saran yang peneliti berikan:

1. Saran Akademis

Dalam penelitian ini, dimensi *task attraction*, *identification attraction*, dan *romantic attraction* menjadi fokus utama. Penelitian berikutnya dapat mengeksplorasi dimensi daya tarik lain yang belum terbahas, seperti daya tarik sosial (*social attraction*), untuk memberikan pemahaman yang lebih menyeluruh tentang hubungan parasosial.

2. Saran Praktis

Bagi praktisi di bidang media digital, hasil penelitian ini menunjukkan pentingnya menciptakan konten yang autentik dan melibatkan audiens secara aktif. *Streamer* lain atau kreator konten digital dapat

mengambil pelajaran dari Jonathan Liandi dalam membangun hubungan yang bermakna dengan penggemar melalui komunikasi langsung di platform seperti *live streaming*.

REFERENSI

- Astagini, N., Kaihatu, V., & Prasetyo, Y. D. (2017). *Interaksi dan Hubungan Parasosial dalam Akun Media Sosial Selebriti Indonesia*. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 67–93.
- Bawack, R. E., Bonhoure, E., Kamdjoug, J. R. K., & Giannakis, M. (2023). How social media live streams affect online buyers: A uses and gratifications perspective. *International Journal of Information Management*, 70, 102621. <https://doi.org/10.1016/J.IJINFOMGT.2023.102621>
- Chen, C. C., & Lin, Y. C. (2018). What drives live-stream usage intention? The perspectives of flow, entertainment, social interaction, and endorsement. *Telematics and Informatics*, 35(1), 293–303. <https://doi.org/10.1016/J.TELE.2017.12.003>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2023). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*, 6/E. (Sixth Edition). SAGE Publications.
- Cunningham, S., & Craig, D. (2019). *Social Media Entertainment: The New Intersection of Hollywood and Silicon Valley* (Vol. 7). NYU Press.
- Darmawati, & Kurnia, I. (2024). STUDI LITERATUR : ANALISIS INTERAKSI PARASOSIAL FANDOM K-POP BTS ARMY DI PEKANBARU DALAM PENGGUNAAN PLATFORM WEVERSE . *Pediaqu : Jurnal Pendidikan Sosial Dan Humaniora*, 3(4), 5510–5523.
- Hadi, A., Asrori, & Rusman. (2021). *Penelitian Kualitatif Studi Fenomenologi, Case Study, Grounded Theory, Etnografo, Biografi*. Pena Persada.
- Hidayatulloh, N. (2023). INTERAKSI PARASOSIAL IDOL NCT DALAM MEMBANGUN KEDEKATAN DENGAN NCTZEN. *Prosiding Konferensi Nasional Sosial Politik*, 1, 277–287.
- Huang, Z., Mou, J., Benyoucef, M., & Kim, J. (2023). *Live streaming: Its Relevant Concepts and Literature Review*. 512–519.
- Hwang, K., & Zhang, Q. (2018). Influence of parasocial relationship between digital celebrities and their followers on followers' purchase and electronic word-of-mouth intentions, and persuasion knowledge. *Computers in Human Behavior*, 87, 155–173. <https://doi.org/10.1016/J.CHB.2018.05.029>
- Jin, R., Liu, X., & Murata, T. (2023). Predicting potential real-time donations in YouTube *live streaming* services via continuous-time dynamic graphs. *Machine Learning*, 113, 2093–2127.
- Kim, M., & Kim, J. (2020). How does a celebrity make fans happy? Interaction between celebrities and fans in the social media context. *Computers in Human Behavior*, 111, 106419. <https://doi.org/10.1016/J.CHB.2020.106419>
- Kusumadinata, A. A., & Arianti, S. (2023). HUBUNGAN POSITIF INTERAKSI PARASOSIAL PENGgemar BAND WHY DON'T WE TERHADAP PELAJAR . *Gema Kampus IISIP YAPIS Biak*, 18(1).
- Li, B., Hou, F., Guan, Z., & Yee-Loong Chong, A. (2018). *What Drives People to Purchase in Live streaming What Drives People to Purchase Virtual Gifts in Live streaming? The Mediating Role of Flow*.
- Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Grant, L., & Kelly, K. (2009). *New Media: a critical introduction* (Second Edition). Routledge.
- Luik, J. (2020). *MEDIA BARU SEBUAH PENGANTAR* (Edisi Pertama, Vol. 1). KENCANA.
- Maulana, S. (2022). *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Taufan & Anna, Eds.; 1st ed.). Yrama Widya.
- Morissan. (2019a). *RISET KUALITATIF* (Suraya, F. Hamid, & E. Bassar, Eds.; 1st ed.). PRENADAMEDIA.
- Morissan. (2019b). *RISET KUALITATIF* (Suraya, F. Hamid, & E. Bassar, Eds.; 1st ed.). PRENADAMEDIA.
- Murdiyanto, E. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif (Teori dan Aplikasi disertai Contoh Proposal)* (1st ed.). Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat UPN "Veteran" Yogyakarta Press.
- Nugroho, C. (2020). *CYBER SOCIETY: TEKNOLOGI, MEDIA BARU, DAN DISRUPSI INFORMASI* (Edisi Pertama). KENCANA.
- Pires, K., & Simon, G. (2015). YouTube Live and Twitch: A Tour of User-Generated *Live streaming* Systems. *Association for Computing Machinery*, 225–230.
- Prasetya, D. (2022). Studi Analisis Media Baru: Manfaat dan Permasalahan dari Media Sosial dan *Game Online*. *Jurnal Telangke Ilmu Komunikasi*, 4(2), 01–10.

- Putri, A. N. (2022a). Fantasi dan Ilusi: Interaksi Parasosial Fandom ARMY BTS di Media Sosial. *Kalijaga Journal of Communication*, 4(2), 171–192.
- Putri, A. N. (2022b). Fantasi dan Ilusi: Interaksi Parasosial Fandom ARMY BTS di Media Sosial. *Kalijaga: Journal Of Communication*, 4(2), 171–192.
- Rachman, A., Yochanan, E., & Samanlangi, A. I. (2024). *METODE PENELITIAN Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (B. Ismaya, A. Anggraini, M. Raditya, & Utamirohmasari, Eds.; 1st ed.). CV Saba Jaya Publisher.
- Rahmawati, I. C., & Hermina, C. (2024). Interaksi Parasosial pada Penggemar K-Pop di Kalimantan Selatan. *Jurnal Psikologi*, 1(4), 1–15. <https://doi.org/https://doi.org/10.47134/pjp.v1i4.2821>
- Renita, D. D., Purwandari, D. A., & Istiqomah, N. (2024). Bentuk Interaksi Parasosial pada Penggemar K-Pop Melalui Media Sosial X. *Mutiara: Jurnal Penelitian Dan Karya Ilmiah*, 2(3), 105–113.
- Sadasri, L. M. (2021). Parasocial Relationship dengan Selebritas (Studi Kualitatif pada Praktik Penggunaan Fandom Applications). *Jurnal Studi Pemuda*, 10(2), 147–162.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D* / Sugiyono. Alfabeta.
- Sumirna, W. O., Maulana, H. F., & Putra, M. R. A. (2023). Hubungan Parasosial Antara Fangirl dan Selebriti K-Pop . *JIMPS: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, 8(3), 1612–1626. <https://doi.org/https://doi.org/10.24815/jimps.v8i3.25238>
- Sysca, D. H., & Dwivayani, K. D. (2024). Fenomena Hubungan Parasosial Penggemar dan Idol K-Pop dalam Penggunaan Aplikasi Weverse. *Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika Dan Komunikasi*, 5(1), 498–511.
- Wang, X., & Wu, D. (2019). Understanding User Engagement Mechanisms on a Live streaming Platform. *Lecture Notes in Computer Science (Including Subseries Lecture Notes in Artificial Intelligence and Lecture Notes in Bioinformatics)*, 11589 LNCS, 266–275. https://doi.org/10.1007/978-3-030-22338-0_22
- Wardani, E. P., & Kusuma, R. S. (2021). INTERAKSI PARASOSIAL PENGGEAR K-POP DI MEDIA SOSIAL (Studi Kualitatif pada Fandom Army di Twitter). *Journal of Strategic Communication*, 7, 243–260.
- Widiastuti, R., Mawarpury, M., Sulistyani, A., & Khairani, M. (2020). The Relationship between Celebrity Worship and Parasocial Interaction on Emerging Adult . *SciTePress*, 1, 90–94. <https://doi.org/10.5220/00094380009000094>
- Wulandari, K., Sugandi, & Hairunnisa. (2023). Interaksi Parasosial Dan Tingkat Loyalitas Konsumen Remaja Akhir Penggemar Korean Pop (K-Pop) Di Samarinda. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(2), 2160–2172. <https://doi.org/https://doi.org/10.37385/msej.v4i3.1830>
- Zagita, N. V., & Agitashera, D. (2024). Interaksi Parasosial Idol Group K-Pop Enhypen Dengan Penggemar Melalui Aplikasi Weverse. *BroadComm*, 6(1), 88–98.