PENGGUNAAN APLIKASI WEVERSE SEBAGAI MEDIA SOSIAL DAN *MARKETPLACE* DALAM PEMBELIAN *MERCHANDISE* SEVENTEEN OLEH FANDOM CARAT

SKRIPSI

Oleh:

Fadilah

202110415345

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2025

PENGGUNAAN APLIKASI WEVERSE SEBAGAI MEDIA SOSIAL DAN *MARKETPLACE* DALAM PEMBELIAN *MERCHANDISE* SEVENTEEN OLEH FANDOM CARAT

SKRIPSI

Oleh:

Fadilah

202110415345

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2025

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi	: Penggunaan Aplikasi Weverse Sebagai Media Sosial Dan *Marketplace* Dalam Pembelian *Merchandise* Oleh Fandom Carat
Nama Mahasiswa	: Fadilah
Nomor Pokok Mahasiswa	: 202110415345
Program Studi/Fakultas	: Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Sidang Skripsi	: 22 Juli 2025

Jakarta, 29 Juli 2025

MENYETUJUI,

Dosen Pembimbing



Wa Ode Sitti Nurhaliza, S.I.Kom., M.I.Kom

NIDN. 0302069106

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi	: Penggunaan Aplikasi Weverse Sebagai Media Sosial Dan Marketplace Dalam Pembelian Merchandise Oleh Fandom Carat
Nama Mahasiswa	: Fadilah
Nomor Pokok Mahasiswa	: 202110415345
Program Studi/Fakultas	: Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi	: 22 Juli 2025

Jakarta, 29 Juli 2025
MENGESAHKAN,

Ketua Penguji : Dr. Sigit Surahman, S.Sn., M.Si
NIDN. 0416118205 .....

Penguji : Wa Ode Sitti Nurhaliza, S.I.Kom., M.I.Kom
NIDN. 0302069106 .....

Sekretaris Penguji : Azhar Irfansyah, S.IP, M.A
NIDN. 0308108905 .....

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi

Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si
NIP. 2203551

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi

Dra. Truly Wangsalegawa, M.A., M.Ed.,Ph.D
NIP. 1908425

Penggunaan Aplikasi.., Fadilah, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul **Penggunaan Aplikasi Weverse Sebagai Media Sosial Dan Marketplace Dalam Pembelian Merchandise Seventeen Oleh Fandom Carat** ini benar-benar merupakan hasil karya sendiri dan tidak mengandung materi ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai refensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan difoto copy melalui perpustakan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasinnya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Jakarta, 29 Juli 2025

Yang membuat pernyataan,



Fadilah

202110415345

Penggunaan Aplikasi.., Fadilah, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

ABSTRAK

Fadilah, 202110415345. Penggunaan Aplikasi Weverse Sebagai Media Sosial Dan Marketplace Dalam Pembelian Merchandise Seventeen oleh Fandom Carat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana bentuk-bentuk interaksi parasosial yang terjadi antara Carat dan Seventeen melalui aplikasi Weverse. Untuk mengetahui apa saja yang menjadi motivasi Carat dalam membeli merchandise di Weverse shop. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan menggunakan desain deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah observasi non participant, wawancara, dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah reduksi data, penyajian data, dan menarik kesimpulan

Hasil penelitian ini menunjukan bahwa interaksi parasosial di Weverse seperti aktivitas berkomentar, membeli merchandise, aspek interaksi parasosial romantic attraction, identification attraction yang menciptakan rasa kedekatan antara penggemar dan idola mendorong penggemar dalam perilaku konsumtif terhadap pembelian merchandise. Selain itu, Weverse shop menjadi platform utama dalam pembelian merchandise yang menjual merchandise official. Motivasi pembelian merchandise yang terjadi dalam pembelian merchandise menunjukan bahwa adanya motivasi membeli di Weverse shop berdasarkan merchandise yang di jual ekslusif, motivasi berdasarkan suka, motivasi ulitarian berdasarkan fungi merchandise, motivasi hedonik berdasarkan bentuk merchandise yang lucu, dan motivasi emosional sebagai identitas fandom Carat

Kata kunci: Interaksi Parasosial, Komunikasi Digital, Marketplace, Motivasi Pembelian, Weverse

ABSTRACT

Fadilah, 202110415345. *The use of Weverse applications as social media and marketplace in the purchase of merchandise seventeen by Fandom Carat. This study aims to find out how the forms of parasocial interactions that occur between carat and seventeen through the Weverse application. To find out what is the motivation of Carat in buying merchandise at Weverse Shop. This research uses a type of qualitative research using descriptive design. The data collection techniques used in this study are non -participant observation, interviews, documentation. The data analysis technique used in this study is data reduction, data presentation, and drawing conclusions*

the results of this study shows that parasocial interactions in Weverse such as commentary activities, buying merchandise, aspects of parasocial interaction romantic attraction, identification attraction that creates a sense of closeness between fans and idols encouraging fans in consumptive behavior towards consumptive purchases of merchandise purchases. In addition, Weverse Shop became the main platform in the purchase of merchandise that sells official merchandise. Motivation to Purchase Merchandise that occurs in the purchase of merchandise shows that there is motivation to buy at Weverse Shop based on Merchandise that is sold exclusively, motivation based on like, motivation is based on the function of merchandise, hedonic motivation based on funny merchandise forms, and emotional motivation as a fandom identity carat

Keywords: *Parasocial interaction, Digital communication, Marketplace, Purchase motivation, Weverse*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa oleh karena anugerah-nya yang melimpah dan kemurahan-Nya serta dukungan dan doa yang tiada hentinya dari kedua orang tua dan kedua saudara peneliti. Akhirnya peneliti bisa menyelesaikan skripsi dengan judul "Penggunaan Aplikasi Weverse Sebagai Media Sosial Dan *Marketplace* Terhadap Pembelian *Merchandise* Seventeen Oleh Fandom Carat". Skripsi ini peneliti susun sebagai salah satu persyaratan untuk mendapatkan gelar sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini dapat selesai karena adanya bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Irjen Pol (Purn) Prof Dr.Drs. Bambang Karsono S.H., M.M., Ph.D., D.Crim, (Honoris Causa) selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
2. Ibu Dra. Truly Wangsalegawa, M.A., M.Ed., Ph.D. selaku Dekan, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si selaku Kaprodi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
4. Bapak Drs. Nasaruddin Siregar, M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik A8 yang selalu membimbing dan mendukung penulis dari awal hingga akhir perkuliahan
5. Ibu Wa Ode Sitti Nurhaliza, S.I.Kom., M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan saran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini
6. Bapak Dr. Sigit Surahman, S.Sn., M.Si, selaku ketua penguji
7. Bapak Azhar Irfansyah, S.IP, M.A, selaku sekretaris penguji
8. Teman-teman seperjuangan penulis, yaitu Adzkya Dziel Fadellah, Nadwah Najibah, Nur Atika Rahma. Terima kasih atas dukungan, doa, dan

Penggunaan Aplikasi.., Fadilah, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

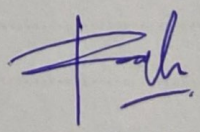
memberikan penulis semangat selama proses penulisan skripsi ini

9. Teman-teman satu bimbingan saya yaitu Rizka, Adilah, dan Adinda yang selalu support satu sama lain
10. Terima kasih kepada Seventeen dan The Boyz karena terlah menjadi inspirasi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dan terima kasih untuk seluruh karyanya dan memberikan semangat kepada penulis melalui lagu-lagunya
11. Dan yang terakhir terima kasih kepada diri saya sendiri yang telah berusaha semaksimal mungkin, terima kasih karena masih mau bertahan sampai akhir dan tidak menyerah

Demikian yang dapat disampaikan, terima kasih atas semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu dan mendukung hingga terselesaikannya skripsi ini. Penulis menyadari skripsi ini jauh dari kata sempurna mohon maaf atas segala kesalahan dan kekurangan yang ada. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik, saran, dan masukan yang membangun untuk skripsi ini.

Jakarta, 29 Juli 2025

Penulis,



Fadilah

202110415345

Penggunaan Aplikasi.., Fadilah, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL ..... **i**
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING ..... **ii**
LEMBAR PENGESAHAN ..... **iii**
LEMBAR PERNYATAAN ..... **iv**
ABSTRAK ..... **v**
ABSTRACT ..... **vi**
KATA PENGANTAR ..... **vii**
DAFTAR ISI ..... **ix**
DAFTAR TABEL ..... **xii**
DAFTAR GAMBAR ..... **xiii**
DAFTAR BAGAN ..... **xiv**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xv**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Fokus Penelitian 13
1.3 Pertanyaan Penelitian 13
1.4 Tujuan Penelitian 13
1.5 Manfaat Penelitian 14
1.5.1 Manfaat Teoritis 14
1.5.2 Manfaat Praktik 14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA **15**
2.1 Penelitian Terdahulu 15
2.2 Kerangka Konsep 21
2.2.1 Komunikasi Digital 21
2.2.2 Konsep dasar komunikasi digital 21
2.2.3 Peran dan Fungsi Komunikasi Digital 22
2.3 Marketplace 24
2.3.1 Jenis-Jenis Marketplace 24

Penggunaan Aplikasi.., Fadilah, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

2.4 Media Sosial 25
2.4.1 Karakteristik Media Sosial 26
2.4.2 Jenis-Jenis Media Sosial 27
2.4.3 Manfaat Media Sosial 29
2.5 Interaksi Parasosial 30
2.5.1 Aspek-aspek Interaksi Parasosial 30
2.6 Motivasi 31
2.6.1 Jenis-Jenis Motivasi 31
2.7 Weverse 33
2.7.1 Fitur-Fitur Weverse 34
2.8 Fandom Carat 34
2.9 Kerangka Teori 35
2.9.1 Teori *Computer Mediated Communication* 35
2.10 Kerangka Berpikir 37
BAB III METODE PENELITIAN 38
3.1 Pendekatan Penelitian 38
3.2 Desain Penelitian 38
3.3 Subjek dan Objek Penelitian 39
3.3.1 Subjek Penelitian 39
3.3.2 Objek Penelitian 40
3.4 Teknik Pengumpulan Data 40
3.5 Teknik Analisis Data 42
3.6 Teknik Pengabsahan Data 43
3.7 Tempat dan Waktu Penelitian 44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 46
4.1 Gambaran Umum 46
4.2 Gambaran Subjek Penelitian 47
4.2.1 Profil Informan 47
4.3 Hasil Penelitian 48
4.3.1 Bentuk-bentuk Interaksi Parasosial 48
4.3.2 Motivasi Carat Dalam Membeli *Merchandise* 56

Penggunaan Aplikasi.., Fadilah, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

4.4 Pembahasan 62
4.4.1 Bentuk-bentuk Interaksi Parasosial 62
4.4.2 Motivasi Carat Dalam Membeli Merchandise 72
BAB V PENUTUP 75
5.1 Kesimpulan 75
5.2 Saran 75
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

Penggunaan Aplikasi.., Fadilah, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu 15
Tabel 3. 1 Informasi Informan 39
Tabel 3. 2 Jadwal Penelitian..... 44
Tabel 4. 1 Bentuk-bentuk Interaksi Parasosial..... 55
Tabel 4. 2 Motivasi Carat Dalam Membeli Merchandise 61
Tabel 4. 3 Istilah Asing Dalam Dunia K-pop 71

Penggunaan Aplikasi.., Fadilah, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1.1 Penggemar Fans K-pop terbanyak 2
Gambar 1.2 Interaksi Parasosial yang Dilakukan oleh Salah Satu Member Seventeen..... 5
Gambar 1.3 Salah Satu Member Seventeen Memposting di Weverse..... 5
Gambar 1.4 Siaran Ekslusif Seventeen 6
Gambar 1.5 Seventeen Aktif dalam Menggunakan Weverse 9
Gambar 1.6 Merchandise Seventeen Sold Out 10
Gambar 1.7 Peringkat Penjualan Album Seventeen 10
Gambar 1.8 Tampilan Weverse Shop Seventeen..... 11
Gambar 4.1 Logo Weverse Shop 47
Gambar 4.2 Memberikan Komentar Saat Melakukan Live 49
Gambar 4.3 Memberikan Komentar di Postingan Member 50
Gambar 4.4 Fitur Home Weverse 66
Gambar 4.5 Fitur Postingan Dari Artis 67
Gambar 4.6 Fitur Weverse Live..... 68
Gambar 4.7 Fitur Fan Post 69
Gambar 4.8 Fan letter..... 70
Gambar 4.9 Fitur Weverse Shop..... 71

DAFTAR BAGAN

Halaman

Bagan 2. 1 Kerangka berpikir 37

Penggunaan Aplikasi.., Fadilah, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 : Biodata Mahasiswa

LAMPIRAN 2 : Pedoman Wawancara

LAMPIRAN 3 : Transkrip Wawancara

LAMPIRAN 4 : Tabel Reduksi Data

LAMPIRAN 5 : Pedoman Observasi

LAMPIRAN 6 : Dokumentasi Penelitian

LAMPIRAN 7 : Kartu bimbingan Skripsi

LAMPIRAN 8 : Form Perbaikan Sidang Skripsi

Penggunaan Aplikasi.., Fadilah, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025