

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Pemetaan Riset Terdahulu

Judul	Tujuan Penelitian	Teori	Metodologi			Teknik Analisis Data	Hasil
			Subjek & Objek Riset, Metode Riset	Narasumber & Teknik Pengambilan Data	Teknik Keabsahan Data		
Interaksi Sosial Fandom Army di Media Sosial Weverse ¹	untuk mengetahui bagaimana proses interaksi sosial yang terjadi antara sesama fandom ARMY di	Tidak ditulis	Subjek penelitian ini adalah penggemar BTS atau fandom ARMY yang menggunakan media sosial	penggemar BTS sebanyak 5 orang penggemar sebagai narasumber yang telah bergabung	menggunakan teknik triangulasi	Teknik analisis data yang digunakan peneliti menggunakan model analisis interaktif dari	bahwa penggunaan media sosial Weverse oleh penggemar BTS yang tergabung dalam fandom ARMY mempunyai alasan sama. Mereka memanfaatkan Weverse sebagai

¹ Indriani, N & Kusuma Rina. 2022. *Interaksi Sosial Fandom Army Di Media Sosial Weverse*. Jurnal Komunikasi Global, Vol 2 No 11

	media sosial Weverse		Weverse objek pada penelitian ini adalah proses interaksi sosial yang dilakukan penggemar di media sosial Weverse deskriptif kualitatif dengan paradigma konstruktivisme	dalam fandom ARMY Weverse. teknik pengumpulan data melalui proses wawancara dan dokumentasi		Miles dan Huberman (1992), dengan menggunakan pendekatan induktif.	media untuk berinteraksi supaya lebih dekat dengan idola, sesama anggota penggemar, serta memberi dan menerima informasi yang tidak didapatkan pada layanan media sosial lain.
Interaksi Parasosial Penggemar Kpop Di Media Sosial (Studi Deskriptif Pada Fandom Army Di Twitter) ²	untuk melihat bagaimana proses interaksi parasosial dan aktivitas media yang dijalankan oleh Army jika dimediasi oleh media sosial Twitter		Populasi dari penelitian ini adalah penggemar BTS yang menggunakan media sosial Twitter. Penggemar BTS dipilih karena di Indonesia	5 orang informan. Data dikumpulkan melalui wawancara dan observasi yang dilakukan oleh peneliti	teknik triangulasi sumber yaitu peneliti akan mengecek dan membandingkan data yang diperoleh	metode analisis isi dengan pengaplikasian pendekatan deduktif	bahwa kelima narasumber sebagai Army aktif menjalankan interaksi parasosial terhadap BTS di media sosial Twitter di mana interaksi parasosial yang dilakukan melibatkan proses parasosial atau respons psikologis yaitu respon

² Wardani, Eka. 2021. Interaksi Parasosial Penggemar Kpop Di Media Sosial. Surakarta : Universitas Muhammadiyah Surakarta

	melalui respon atau tanggapan yang ditunjukkan		memiliki anggota fandom yang banyak dan dikenal dengan solidaritasnya di kalangan K-popers. Kemudian diambil sampel sebagai informan penelitian menggunakan teknik purposive sampling,		dari berbagai sumber yang berbeda		kognitif, respon afektif, dan respon perilaku. Hal tersebut dapat dilihat dari bentuk-bentuk interaksi parasosial yang dilakukan Army di Twitter dan di dunia nyata setelah peneliti melakukan observasi
Interaksi Parasosial (Sebuah Studi Kualitatif Deskriptif Pada Penggemar Jkt48) ³	Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan bagaimana interaksi parasosial yang		tiga orang sebagai subjek penelitian	Metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara. Subjek penelitian berjumlah			Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa interaksi parasosial penggemar JKT48 berada pada tingkatan entertainment social-value, di mana interaksi parasosial dilakukan

³ Saifuddin, Dimas & Masykur, Achmad. *Interaksi Parasosial (Sebuah Studi Kualitatif Deskriptif pada Penggemar JKT48)*. Semarang: Universitas Diponegoro

	dilakukan oleh penggemar JKT48 terhadap anggota JKT48.			tiga orang yang diperoleh menggunakan teknik purposif.			karena konformitas kelompok, dan intense-personal feeling, di mana interaksi parasosial yang dilakukan telah sampai pada tahap menganggap idola sebagai orang yang dekat dan mengembangkan hubungan parasosial dengan idolanya tersebut. Faktor-faktor yang mendasari terjadinya interaksi parasosial adalah pemenuhan tugas perkembangan, kebutuhan akan hubungan sosial, dan konformitas.
Motif Interaksi Sosial Role-player Pada Mahasiswa Universitas	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui motif	Teori Media Baru	Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif	informan penelitian sebanyak 4 (empat) yang			Twitter dalam melakukan interaksi sosial di dalamnya ada empat motif interaksi sosial,

Telkom di Social Networking Twitter ⁴	interaksi sosial role-player di social networking Twitter.		dengan pendekatan Etnografi Virtual.	merupakan 3 orang pengguna akun Role-Play di media sosial Twitter aktif dan 1 (satu) informan pendukung yaitu mantan Role-Player Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara secara online dan offline dan observasi secara online			yaitu interaksi sosial rasionalitas instrumental, interaksi sosial berorientasi nilai, interaksi sosial tindakan tradisional, dan interaksi sosial berdasarkan afektif, yang mendasari role-player di social networking Twitter dalam melakukan interaksi sosial. Sehingga teori motif interaksi sosial yang dikemukakan oleh Max Webber berlaku bagi role-player di social networking Twitter karena adanya.
Peranan Media Sosial Instagram Dalam Interaksi	untuk mengetahui peran media	Teori Media Baru		informan yang digunakan		Teknik analisis data yang	bahwa media sosial Instagram sangat berperan dalam

⁴ Fatmawati, Sarah. Fithrah Dini. 2017. *Motif Interaksi Sosial Role-player Pada Mahasiswa Universitas Telkom di Social Networking Twitter*. Bandung: Universitas Telkom

<p>Sosial Antar Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Unsrat Manado</p>	<p>sosial Instagram dalam interaksi sosial antar mahasiswa di tiap-tiap jurusan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik dan untuk mengetahui bagaimana perilaku mahasiswa di Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Unsrat Manado dalam menggunakan media sosial Instagram.</p>			<p>dalam penelitian ini adalah 5 mahasiswa di tiap-tiap jurusan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Unsrat Manado angkatan 2015 Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini Observasi, Wawancara, Dokumentasi</p>		<p>digunakan dalam penelitian ini adalah model analisis interaktif</p>	<p>berinteraksi sosial antar mahasiswa. Peran pertama adalah sebagai media perluasan diri dalam kehidupan sosial remaja, untuk mengetahui keadaan orang-orang disekitarnya, serta memberikan informasi tentang keadaannya kepada orang-orang disekitarnya.</p>
--	--	--	--	--	--	--	--



2.2 Reserach Gap

Tabel 2. 2 Research Gap

Penelitian	Theoretical Gap	Metodologi Gap	Hasil Penelitian	Kesimpulan
Interaksi Sosial Fandom Army Di Media Sosial Weverse	Penelitian Ini Hanya Menggunakan Teori Interaksi Sosial Yang Seharusnya Itu Masuk Pada Bagian Landasan Konsep	Penelitian Ini Menggunakan Paradigma Konstruktivisme	Hasil analisis interaksi sosial di Weverse menunjukkan bahwa penggemar tertentu menjadi gatekeeper digital bagi penggemar yang lain. Interaksi tidak hanya untuk memberikan dukungan yang bersifat asosiatif (positif) tetapi juga berfungsi sebagai penyaring pesan dari perilaku disosiatif (negatif) penggemar lain.	Rumusan masalah pada penelitian ini terjawab
Interaksi Parasosial Penggemar Kpop Di Media Sosial (Studi Deskriptif Pada Fandom Army Di Twitter)	Peneliti Tidak Menggunakan Teori Dalam Penelitian Ini Hanya Menggunakan Landasan Konsep Interaksi Parasosial Saja	Peneliti Juga Tidak Menggunakan Paradigma Dalam Penelitian Ini	Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua informan aktif melakukan interaksi parasosial terhadap BTS melalui media sosial Twitter, di mana interaksi parasosial tersebut melibatkan respon psikologis informan, terlihat bahwa informan memberikan respon kognitif, respon afektif, dan respon perilaku pada saat menjalankan interaksi parasosial.	Pada penelitian ini rumusan masalah sudah terjawab yaitu menggambarkan bagaimana interaksi parasosial yang dilakukan fandom Army
Interaksi Parasosial (Sebuah Studi Kualitatif Deskriptif Pada Penggemar Jkt48)	Penelitian Ini Tidak Menggunakan Teori Dalam Penelitiannya Hanya Menggunakan Tinjauan Pustaka	Penelitian Ini Tidak Menggunakan Paradigma Dalam Penelitiannya	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa interaksi parasosial penggemar JKT48 berada pada tingkatan entertainment social-value, di mana interaksi parasosial dilakukan karena konformitas kelompok, dan intense-personal feeling, di mana interaksi parasosial yang dilakukan telah sampai pada tahap menganggap idola sebagai orang yang dekat dan mengembangkan hubungan parasosial	Hasil dari penelitian ini menunjukkan tujuan dari penelitian ini pun berhasil dan rumusan masalah terjawab

			dengan idolanya tersebut	
Motif Interaksi Sosial Role-Player Pada Mahasiswa Universitas Telkom Di Social Networking Twitter	Penelitian Ini Menggunakan Teori Komunikasi Dalam Media Baru Tidak Ada Korelasi Dengan Judulnya Yaitu Motif Interaksi Sosial	Peneliti Tidak Memaparkan Bagian Metodologi Hanya Terdapat Hasil Wawancara	Bahwa role-player di social networking Twitter melakukan interaksi sosial di dalamnya karena adanya motif dari masing-masing role-player. Twitter memiliki daya tarik sendiri bagi roleplayer karena role-player dapat membuat post atau tweet berupa tulisan atau gambar dan juga berinteraksi di dalamnya sebagai karakter dari seorang idola	Tujuan Dari Penelitian Ini Adalah Untuk Mengetahui Motif Interaksi Sosial Role-Player Di Social Networking Twitter Ini Kurang Terjawab
Peranan Media Sosial Instagram Dalam Interaksi Sosial Antar Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Unsrat Manado	Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori media baru	Dalam penelitian ini, peneliti hanya mencantumkan jenis penelitiannya saja, tidak ada paradigma dan lainnya.	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial Instagram sangat berperan penting dalam interaksi sosial antar mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Unsrat Manado.	tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui peran media sosial Instagram dalam interaksi sosial antar mahasiswa sudah terjawab



2.3 State Of The Art

Tabel 2. 3 State Of The Art

No.	Jenis	Penelitian 1	Penelitian 2	Penelitian 3	Penelitian 4	Penelitian 5	Novelty penelitian
1	Faktor yang diteliti	Interaksi Sosial	Interaksi Parasosial	Interaksi Parasosial	Interaksi Sosial	Peran Instagram dalam Interaksi Sosial	Interaksi Sosial
2	Tinjauan pustaka	Menggunakan jurnal tentang interaksi sosial	Menggunakan konsep interaksi parasosial oleh Horton & Wohl	Menggunakan definisi interaksi sosial, komunikasi interpersonal dan interaksi parasosial	Menggunakan definisi Computer Mediated Communication (CMC)	Menggunakan Konsep Media Sosial Sebagai Bagian dari Komunikasi Massa	Menggunakan jurnal mengenai interaksi sosial
3	Media yang digunakan	Weverse	Twitter	Tidak menggunakan media	Twitter	Instagram	Twitter
4	Tema Penelitian	Weverse digunakan oleh para fandom ARMY untuk melakukan interaksi sosial.	Interaksi para sosial penggemar pada Fandom Army	para penggemar JKT48, membentuk kelekatan dengan anggota JKT48 favoritnya	Interaksi sosial dapat terjadi antar role-player di Twitter	Interaksi sosial mahasiswa di instagram	Interkasi sosial penggemar NCT (Fandom NCTzen)
5	Teori	Tidak di tulis	Tidak ditulis	Tidak ditulis	Teori media baru	Teori media baru	
6	Metodologi	Menggunakan paradigma konstruktivisme dengan 5 orang penggemar yang menjadi narasumber. Pengumpulan data melalui wawancara	Penelitian ini menggunakan 5 orang informan. Data dikumpulkan dengan wawancara dan observasi. Analisis yang digunakan analisi	Penelitian ini menggunakan 3 orang sebagai subjek penelitian dan metode pengumpulan data dengan wawancara	Menggunakan 3 orang informan dan metode pengumpulan data dengan wawancara	Menggunakan 5 orang informan, teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisis data	Menggunakan paradigma konstruktivisme dengan jenis data yaitu data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dengan

		dan dokumentasi. Analisis data yang dilakukan adalah analisis interaktif	isi dengan pendekatan deduktif			yang digunakan model analisis interaktif	wawancara dan observasi. Analisis yang dilakukan dengan reduksi, penyajian data dan pengambilan kesimpulan ditambah dengan teknik keabsahan data
7	Hasil Penelitian	<p>penggunaan media sosial Weverse oleh penggemar BTS yang tergabung dalam fandom ARMY mempunyai alasan sama. Mereka memanfaatkan Weverse sebagai media untuk berinteraksi supaya lebih dekat dengan idola, sesama anggota penggemar, serta memberi dan menerima informasi yang tidak didapatkan pada layanan media sosial lain.</p>	<p>kelima narasumber sebagai Army aktif menjalankan interaksi parasosial terhadap BTS di media sosial Twitter di mana interaksi parasosial yang dilakukan melibatkan proses parasosial atau respons psikologis yaitu respon kognitif, respon afektif, dan respon perilaku</p>	<p>interaksi parasosial penggemar JKT48 berada pada tingkatan entertainment social-value, di mana interaksi parasosial dilakukan karena konformitas kelompok, dan intense-personal feeling, di mana interaksi parasosial yang dilakukan telah sampai pada tahap menganggap idola sebagai orang yang dekat dan mengembangkan hubungan parasosial dengan idolanya tersebut.</p>	<p>Twitter dalam melakukan interaksi sosial di dalamnya ada empat motif interaksi sosial, yaitu interaksi sosial rasionalitas instrumental, interaksi sosial berorientasi nilai, interaksi sosial tindakan tradisional, dan interaksi sosial berdasarkan afektif, yang mendasari role-player di social networking Twitter dalam melakukan interaksi sosial. Sehingga teori motif interaksi sosial yang dikemukakan oleh</p>	<p>bahwa media sosial Instagram sangat berperan dalam berinteraksi sosial antar mahasiswa. Peran pertama adalah sebagai media perluasan diri dalam kehidupan sosial remaja, untuk mengetahui keadaan orang-orang disekitarnya, serta memberikan informasi tentang keadaannya kepada orang-orang</p>	<p>ditemukannya dua proses interaksi sosial yang dilakukan fandom NCTzen pada saat menggunakan Twitter dalam membicarakan idolanya. Proses ini berupa asosiatif yakni bersifat positif dan disosiatif yang bersifat negatif.</p>

					Max Webber berlaku bagi role-player di social networking Twitter karena adanya.	disekitarnya.	
--	--	--	--	--	---	---------------	--



2.4 Landasan Teori

2.4.1 Teori Penetrasi Sosial

Teori penetrasi sosial didasari pada hasil penelitian Irwin Altman dan Dalmas Taylor pada tahun 1973.⁵ Teori penetrasi sosial umumnya berkaitan dengan proses komunikasi interpersonal. Di sini dijelaskan bagaimana berbagai proses bertahap dalam proses hubungan dengan orang lain, di mana terjadi semacam proses penyesuaian antara keduanya atau dalam bahasa.

Altman dan Taylor membahas bagaimana kedekatan berkembang dalam suatu hubungan. Dalam pandangannya, selama kita dapat melalui proses “*gradual and orderly fashion from superficial to intimate levels of exchange as a function of both immediate and forecast outcomes.*” Dimana dimaksudkan suatu proses bertahap dan teratur pada prinsipnya setiap orang mampu menjadi dekat dengan orang lain.

Asumsi dasar dari teori ini bahwa setiap orang memiliki jenis hubungan yang berbeda beda antara satu dengan yang lain. Jenis hubungan tersebut dari seseorang yang terkadang terasa masih sangat asing, mendekati keakraban, akrab dan bahkan sangat akrab.

Jenis hubungan tersebut terjadi dapat dipengaruhi oleh adanya jenis kepentingan atau kebutuhan individu kepada yang lainnya. Jenis hubungan ada yang bergerak cepat dan ada juga yang bergerak lambat

⁵ Ali Nurdin. 2020. *Teori Komunikasi Interpersonal*. Jakarta : Kencana, hal 84

dalam mencapai tingkat keakraban. Fenomena ini kemudian diteliti oleh Irwin Altman dan Dalmas Taylor sehingga menghasilkan teori penetrasi sosial.

Teori penetrasi sosial mengidentifikasi serangkaian tahapan yang dilalui dalam mengembangkan hubungan, yaitu :⁶

1. Tahap Orientasi. Pada tahap ini biasanya orang memulai percakapan dengan pembicaraan singkat.
2. Tahap Eksplorasi. Dalam tahap ini individu mulai mengungkapkan diri mereka, mengekspresikan sikap pribadi, banyak hubungan yang tidak melampaui tahapan ini
3. Tahap Afektif. Dalam tahap ini orang-orang mulai berbicara tentang hal-hal yang bersifat pribadi.
4. Tahap Stabil. Dalam tahap ini hubungan sudah mencapai tingkat dimana hal-hal yang bersifat pribadi dapat diketahui secara bersama
5. Tahap Depenetration. Dalam tahap ini hubungan mulai terjadi kerusakan bahkan mengarah kepada pemutusan hubungan.

Teori ini mengungkapkan bahwa pengungkapan diri sangat penting pada tahap awal hubungan sebagai ruang untuk mencari

⁶ *Ibid*

pemahaman bersama. Pada tahap hubungan ini individu saling mencocokkan kedalaman pengungkapan diri sebagai dasar rasa saling percaya untuk menuju hubungan yang lebih akrab. Proses keterbukaan diri yang dilalui bersama ketika melakukan hubungan yaitu ketika seseorang mengungkapkan sesuatu tentang dirinya sendiri dan orang lain cenderung membalas dengan informasi yang sama.⁷

Dalam teori penetrasi sosial, kedalaman hubungan itu penting. Namun, keluasan juga sama pentingnya. Intinya adalah mungkin secara pribadi kita bisa sangat terbuka dengan seseorang yang dekat dengan kita, namun bukan berarti kita juga bisa membuka diri terhadap masalah pribadi lainnya. Mungkin kita bisa terbuka tentang romansa, tapi kita tidak bisa terbuka tentang pengalaman masa lalu atau sesuatu yang lain.⁸

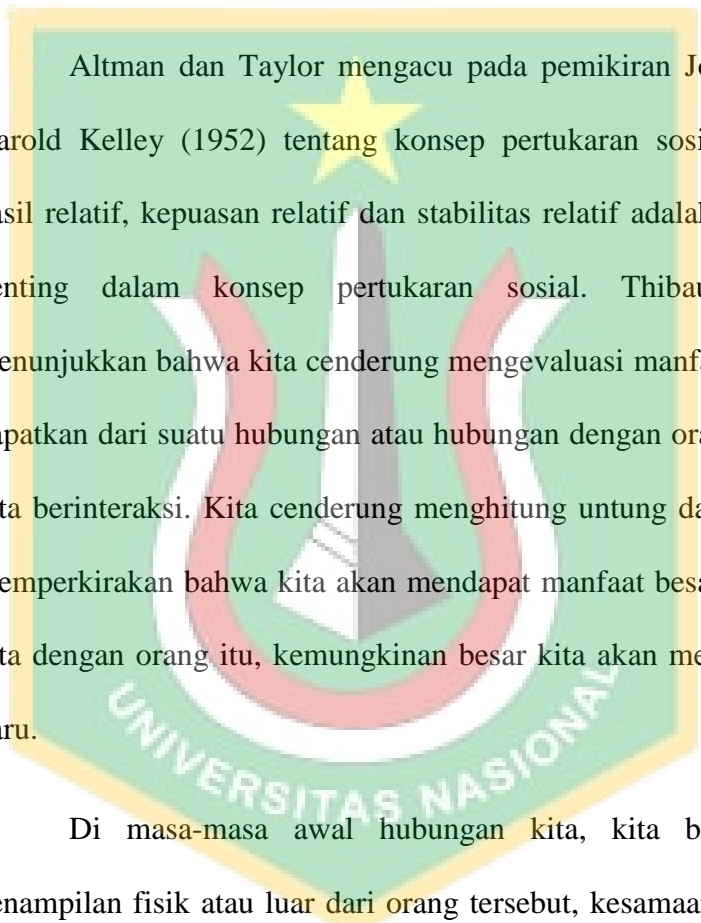
Karena hanya ada satu area yang terbuka untuk orang lain ini menggambarkan situasi di mana suatu hubungan bisa dalam tetapi tidak luas. Dan sebaliknya bisa luas tapi tidak dalam seperti hanya menanyakan kabar itu termasuk hubungan biasa. Hubungan intim adalah hubungan yang mencakup kedalaman dan keluasan.

Menurut teori penetrasi sosial, keputusan tentang seberapa dekat suatu hubungan ditentukan oleh prinsip analisis biaya imbalan. Pada dasarnya, setelah bertemu seseorang, kita menghitung faktor keuntungan

⁷ *Ibid.* Hal 85

⁸ Ristiana, Kadarsih. 2009. *Teori Penetrasi Sosial dan Hubungan Interpersonal*. Jurnal Dakwah, Vol. X, No.1. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

dan kerugian dari hubungan kita atau yang disebut indeks kepuasan hubungan (*relationship satisfaction index*). Ini juga berlaku untuk orang lain ketika mereka berbisnis dengan kita. Jika hubungan tersebut saling menguntungkan, kemungkinan untuk berlanjut lebih besar dan penetrasi sosial akan terus berlanjut



Altman dan Taylor mengacu pada pemikiran John Thibaut dan Harold Kelley (1952) tentang konsep pertukaran sosial. Menurutnya, hasil relatif, kepuasan relatif dan stabilitas relatif adalah beberapa topik penting dalam konsep pertukaran sosial. Thibaut dan Kelley menunjukkan bahwa kita cenderung mengevaluasi manfaat apa yang kita dapatkan dari suatu hubungan atau hubungan dengan orang lain sebelum kita berinteraksi. Kita cenderung menghitung untung dan rugi. Jika kita memperkirakan bahwa kita akan mendapat manfaat besar dari hubungan kita dengan orang itu, kemungkinan besar kita akan menjalin hubungan baru.

Di masa-masa awal hubungan kita, kita biasanya melihat penampilan fisik atau luar dari orang tersebut, kesamaan latar belakang, dan banyak persamaan atau kesamaan dengan hal-hal yang kita suka atau tidak suka. Dan ini biasanya dianggap sebagai keuntungan. Tetapi bahkan dalam hubungan yang sangat dekat, kita sering tidak peduli tentang perbedaan di antara para pihak, dan kita cenderung menghargai setiap perbedaan itu. Karena ketika kita melihat lebih banyak pro

daripada kontra dalam suatu hubungan, biasanya kita ingin tahu lebih banyak tentang orang itu.

2.4.2 Teori Pengurangan Ketidakpastian

Teori pengurangan ketidakpastian yang dikembangkan oleh Charles Berger dan Richard Calabrese pada tahun 1975 bertujuan untuk menjelaskan bagaimana komunikasi digunakan untuk mengurangi ketidakpastian pada orang asing yang baru pertama kali memasuki percakapan.

Teori pengurangan ketidakpastian diformulasikan oleh Charles Berger dan Richard J. Calabrese. Mereka berusaha menjelaskan bagaimana orang berkomunikasi namun mereka tidak memiliki kepastian tentang hubungan mereka. Teori ini menjelaskan bagaimana komunikasi terjadi pada orang yang baru pertama kali bertemu. Teori ini juga menjelaskan tentang ketidakpastian atau ketidakmampuan orang untuk memprediksi atau menjelaskan perilaku dirinya sendiri dan perilaku orang lain.⁹

Teori ini mengidentifikasi dua jenis ketidakpastian yang menonjol dalam situasi sosial yaitu ketidakpastian kognitif dan ketidakpastian perilaku. Ketidakpastian kognitif muncul ketika individu tidak yakin tentang dirinya atas kepercayaan orang lain. Ketidakpastian perilaku terjadi ketika orang tidak memiliki ketidakpastian tentang tindakannya

⁹ Ali Nurdin. 2020. *Teori Komunikasi Interpersonal*. Jakarta : Kencana, hal 91-92

sendiri atau tindakan orang lain. Pada prinsipnya ketidakpastian ada ketika individu tidak memiliki informasi tentang lingkungan mereka.

Menurut teori ini, orang-orang termotivasi untuk mengurangi ketidakpastian ketika komunikasi dalam tiga kondisi yaitu ketika ada rangsangan adanya penyimpangan, dan ketika akan melakukan antisipasi terhadap komunikasi yang akan dilakukan. Individu memiliki rangsangan dalam komunikasi karena adanya dukungan sosial, penghormatan, dan loyalitas. Individu yang melakukan komunikasi, terdorong untuk mencari informasi ketika terjadi penyimpangan dari apa yang telah diprediksi dengan cara yang tidak terduga dan individu memiliki keinginan untuk mengurangi ketidakpastian dengan terlibat dalam interaksi dengan orang lain.

Teori Pengurangan Ketidakpastian memiliki tujuh aksioma yaitu,

1. Ketidakpastian tidak berhubungan dengan komunikasi verbal
2. Ketidakpastian tidak berhubungan dengan ekspresi nonverbal
3. Ketidakpastian berhubungan dengan informasi perilaku yang dicari.
4. Ketidakpastian tidak berhubungan dengan tingkat kedekatan isi komunikasi.
5. Ketidakpastian berhubungan dengan tingkat interaksi timbal balik.

6. Ketidakpastian tidak berhubungan dengan tingkat kesamaan pemahaman antar mitra komunikasi
7. Ketidakpastian tidak berhubungan dengan kegemaran atau keinginan seorang komunikator.

Teori Pengurangan Ketidakpastian mengidentifikasi tiga kategori strategi yang digunakan orang untuk mencari informasi dalam rangka mengurangi ketidakpastian yaitu strategi pasif, aktif, dan interkatif. Strategi pasif dilakukan dengan cara melibatkan diri pada orang lain secara diam-diam dan mengamati apa yang dilakukan orang tersebut. Strategi aktif dilakukan oleh individu dengan cara mencari informasi tanpa berinteraksi dengan orang yang akan menjadi sasaran komunikasi. Strategi ini juga dapat dilakukan dengan cara meminta pihak ketiga untuk memberi informasi tentang sasaran komunikasi Strategi interaktif dilakukan dengan cara berkomunikasi langsung dengan sasaran komunikasi dengan cara yang rilek dan nyaman.

Teori pengurangan ketidakpastian dibangun berdasarkan asumsi-asumsi sebagai berikut

1. Orang mengalami ketidakpastian dalam latar interpersonal. Ketidakpastian adalah keadaan yang tidak menyenangkan, menimbulkan stress secara kognitif.

2. Ketika orang asing bertemu, perhatian utama mereka adalah untuk mengurangi ketidakpastian mereka atau meningkatkan predikibilitas
3. Komunikasi interpersonal adalah sebuah proses perkembangan yang terjadi melalui tahapan-tahapan.
4. Komunikasi interpersonal adalah alat yang utama untuk mengurangi ketidakpastian.
5. Kuantitas dan sifat informasi yang dibagi oleh orang akan berubah seiring berjalannya waktu.
6. Sangat mungkin untuk menduga perilaku orang dengan menggunakan cara seperti hukum

2.4.3 Teori Pertukaran Sosial

Teori pertukaran sosial didasarkan pada prinsip dasar transaksi ekonomi dimana orang menyediakan barang atau jasa yang diinginkan. Ahli teori pertukaran memulai dari premis sederhana bahwa interaksi sosial mirip dengan transaksi ekonomi. Namun, diakui bahwa teori pertukaran sosial tidak selalu diukur dari segi nilai uang, karena dalam berbagai transaksi sosial terjadi pertukaran benda berwujud dan tidak berwujud.¹⁰

Asumsi paling mendasar dari teori ini adalah bahwa orang dimotivasi oleh kepentingan diri sendiri. Jadi, dengan kata lain, pertukaran

¹⁰ Yusuf, Sapari. 2018. *Komunikasi dalam Perspektif Teori Pertukaran*. Jurnal UGJ, Universitas Muhamadiyah Cirebon, hal 56-57

sosial mengasumsikan bahwa individu ingin memaksimalkan keuntungan pribadinya dengan pengorbanan yang minimal dalam suatu hubungan. Asumsi ini objektif, karena manusia adalah makhluk rasional yang sempurna. Adanya saling ketergantungan menimbulkan anggapan bahwa kekuasaan menentukan hasil akhir hubungan manusia.

Thibaut dan Kelley mengungkapkan bahwa ada dua jenis kekuasaan dalam teori mereka, pengendali atas takdir dan pengendali atas perilaku. Pengendalian nasib adalah kemampuan atau kekuatan yang akan mempengaruhi hasil akhir pasangan. Sedangkan pengendalian perilaku adalah kemampuan atau kekuatan untuk mengubah perilaku orang lain.

Konsep perbandingan ada dalam teori pertukaran sosial yang dikembangkan oleh Thibaut dan Kelley dengan tujuan menjelaskan kontribusi pengalaman dan harapan sebelumnya. Pengalaman dan harapan masa lalu seseorang kemudian digunakan sebagai kriteria untuk menentukan seberapa puas orang tersebut dengan hubungannya.

Orang yang membentuk hubungan interpersonal dalam kesadaran akan norma sosial dan membuatnya nyata. Pengalaman tentang apa yang orang rasakan dalam hubungan adalah mungkin dan realistis. Ini juga penting dan dapat digunakan untuk mengukur kecenderungan terhadap suatu hubungan, bahkan pada tingkat yang tinggi.

Namun dalam teori pertukaran sosial, kepuasan saja tidak cukup untuk menentukan kelangsungan hidup suatu hubungan. Ini didefinisikan

sebagai tingkat kinerja terendah dalam hubungan tertentu dapat dicapai seseorang sesuai dengan pilihan yang tersedia, dengan hasil tingkat tersebut bertujuan untuk menjelaskan keputusan orang tersebut untuk tetap berada di dalam atau meninggalkan hubungan tersebut. hubungan melebihi hasil dari hubungan utama yang akan dibentuk, kemungkinan orang tersebut meninggalkan hubungan meningkat.

Dalam pertukaran sosial, keterampilan bahasa dikembangkan sebagai cara untuk memfasilitasi pertukaran. Ada hubungan alami antara pertukaran sosial dan komunikasi. Teori pengukuran sosial menjelaskan aspek interaksi menjadi empat faktor sebagai berikut:

1. Interaksi merupakan sumber pertukaran simbolik.
2. Interaksi adalah cara menegosiasikan sumber pertukaran.
3. Interaksi adalah cara individu menciptakan hubungan dan jaringan.
4. Interaksi adalah bagaimana individu memelihara dan meningkatkan hubungan dan jaringan pertukaran mereka.

Interaksi interpersonal membuka pintu untuk pertukaran simbolik. Setiap sumber komunikasi atau komunikasi memiliki seperangkat simbol yang berperan aktif dalam komunikasi yang berlangsung. Pada saat yang sama, individu menegosiasikan ketentuan pertukaran sebelum terlibat dalam interaksi yang sedang berlangsung. Dengan bernegosiasi, individu dapat mengurangi ketidakpastian tentang sifat pertukaran di masa depan

dan dapat mencapai kesepakatan yang dapat digunakan untuk memajukan hubungan mereka. Dalam proses pertukaran, aspek kedekatan dapat mempengaruhi kemampuan individu untuk membentuk hubungan. Sebagian besar hubungan melibatkan interaksi positif, peristiwa negatif dapat muncul dan menjadi tantangan bagi hubungan selanjutnya.

Teori pertukaran sosial didasarkan pada lima asumsi tentang sifat manusia dan sifat hubungan. Asumsi teori pertukaran sosial didasarkan pada sifat manusia yaitu;

1. Orang mencari imbalan dan menghindari hukuman.
2. Manusia adalah makhluk rasional.
3. Standar yang digunakan orang untuk mengukur pengorbanan dan rasa syukur berubah dari waktu ke waktu dan dari orang ke orang.

Asumsi teori pertukaran sosial mengenai sifat hubungan adalah:

1. Hubungan yang saling tergantung.
2. Kehidupan pernikahan adalah sebuah proses.

Sudah menjadi sifat manusia untuk mencari hadiah dan menghindari hukuman. Dalam diri manusia terdapat kemauan yang kuat untuk selalu mencari pahala dan menghindari bahaya hukuman. Jika seseorang diminta untuk memilih antara hadiah atau hukuman, semua orang akan memilih hadiahnya. Hukuman muncul sebagai risiko ketika

pengejaran imbalan gagal memenuhi harapan. Istilah pahala dan siksa merupakan bentuk sunnatullah yang ada dan berjalan beriringan dalam kehidupan manusia.

2.5 Landasan Konsep

2.5.1 Interaksi Sosial

Manusia membutuhkan kehidupan sosial dari manusia lainnya. Manusia perlu berhubungan dengan baik dengan orang lain menggunakan bahasa lisan dan isyarat. Jadi ada proses sosial. Proses sosial adalah interaksi atau hubungan yang saling mempengaruhi antar manusia. Proses sosial akan terjadi jika ada interaksi sosial, karena tanpa interaksi tidak akan ada koeksistensi.

Walgito mengartikan interaksi sosial sebagai hubungan antar individu satu dengan individu lain, dimana individu yang satu dapat memengaruhi individu lainnya atau bisa juga sebaliknya.¹¹

Interaksi sosial merupakan hal yang penting untuk hidup bersama dalam masyarakat. Bertemu seseorang dengan orang atau kelompok lain, kemudian mereka saling berbicara, bekerja sama, dan seterusnya. Untuk mencapai tujuan bersama. Aktivitas dapat dianggap sebagai proses interaksi sosial yang menjadi dasar dari proses sosial.

Dapat disebutkan bahwa interaksi sosial adalah hubungan-hubungan antara orang perorangan, antara kelompok manusia, atau antara orang perorangan dan kelompok manusia. Jika dua orang bertemu,

¹¹ Intan, Rahmawati. 2021. *Pengantar Psikologi Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara, hal 58

interaksi sosial dimulai saat itu. Mereka saling bertegur sapa, berjabat tangan, dan saling berbicara. Aktivitas semacam itu merupakan bentuk interaksi sosial.

Dalam interaksi sosial, hubungan yang terjadi harus disadari secara timbal balik oleh kedua belah pihak. Artinya, kedua belah pihak harus saling merespon. Bertanya dan menjawab, meminta bantuan, membantu, meminta untuk bermain, bermain, melakukan itu sudah merupakan komunikasi sosial. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa interaksi sosial memiliki ciri-ciri sebagai berikut.

1. Ada pelaku dengan jumlah lebih dari satu orang.
2. Ada komunikasi antarpelaku dengan simbol-simbol.
3. Ada dimensi waktu (dahulu, sekarang, dan akan datang) yang menentukan sifat aksi yang sedang berlangsung Ada tujuan tertentu, terlepas dari sama atau tidaknya tujuan tersebut dengan yang diperkirakan pengamat.

2.5.2 Syarat Terjadinya Interaksi Sosial

Proses terjadinya interaksi sosial akan berlangsung jika di antara pihak yang berinteraksi melakukan kontak sosial dan komunikasi sosial.

Syarat terjadinya interaksi sosial, yaitu: ¹²

1. Kontak Sosial

¹² *Ibid*, hal 59

Kontak sosial merupakan peristiwa terjadinya hubungan sosial antara individu satu dan individu lainnya. Kontak sosial bukan hanya berbentuk fisik, tetapi dapat berbentuk simbolik, seperti tersenyum ataupun berjabat tangan.

2. Komunikasi

Dalam interaksi sosial, komunikasi sangat penting untuk tujuan mengungkapkan tindakan, tutur, sikap, dan gerak tubuh untuk menyampaikan pesan.

2.5.3 Faktor-faktor dalam proses interaksi sosial

Gerungan (2010) menguraikan empat hal yang melatarbelakangi proses interaksi sosial didasarkan pada imitasi, sugesti, identifikasi, dan simpati.¹³

a) Imitasi

Imitasi adalah tindakan manusia untuk meniru perilaku orang lain di sekitarnya. Dalam komunikasi sosial, unsur peniruan memegang peranan yang sangat penting. Hal ini dapat dilihat dari sisi positifnya, dimana peniruan dapat mendorong seseorang untuk mengikuti aturan dan nilai-nilai yang berlaku, namun disamping sisi positifnya, peniruan juga dapat menimbulkan konsekuensi negatif jika misalnya yang ditiru adalah perbuatan yang menyimpang selain itu peniruan dapat menghambat perkembangan kemampuan berpikir kritis.

¹³ *Ibid*, hal 61-62

b) Sugesti

Sugesti dapat dipahami sebagai perilaku yang mengikuti pola di dalamnya dan kemudian diterima dalam bentuk sikap dan perilaku tertentu. Proses sugesti ini dapat terjadi ketika orang yang menyampaikan pandangan adalah orang yang berotoritas.

c) Identifikasi

identifikasi adalah kecenderungan atau keinginan seseorang untuk menjadi seperti bagian lain. Proses identifikasi ini berlangsung dalam situasi di mana seorang tertentu benar-benar mengetahui bagian lain yang menjadi cita-citanya, sehingga pandangan dan sikap bagian lain tersebut dapat melembagakan bahkan menjiwainya.

d) Simpati

Proses simpati merupakan suatu proses dimana seseorang merasa tertarik pada pihak lain. Proses simpati ini dapat berkembang apabila adanya saling mengerti terjamin dalam proses ini.

2.5.4 Bentuk-Bentuk Interaksi Sosial

Menurut Sarwono, bentuk Interaksi Sosial meliputi beberapa hal, yaitu:¹⁴

1. Proses Asosiatif

a) Kerjasama

Sebagian besar bentuk interaksi sosial didasarkan pada semua jenis interaksi yang dapat dikembalikan ke kerja sama. Kerja sama di sini dipahami sebagai upaya bersama antara individu

¹⁴ *Ibid*, hal 62

atau kelompok orang untuk mencapai satu atau lebih tujuan bersama.

b) Akomodasi

Istilah akomodasi digunakan dalam dua pengertian, yaitu merujuk pada situasi dan mengacu pada proses. Akomodasi,

mengacu pada suatu keadaan, berarti adanya keseimbangan dalam interaksi antara individu atau kelompok orang dengan memperhatikan norma-norma sosial dan nilai-nilai sosial yang berlaku umum dalam masyarakat. Sebagai suatu proses, penyesuaian mengacu pada upaya orang untuk meredakan konflik, khususnya upaya untuk mencapai stabilitas.

c) Asimilasi

Asimilasi adalah proses sosial yang maju. Hal ini ditandai dengan upaya yang ditujukan untuk mengurangi perbedaan yang ada di antara individu atau kelompok orang. proses asimilasi ditandai dengan berkembangnya sikap-sikap yang serupa, meskipun kadang-kadang bersifat emosional, dengan tujuan mencapai persatuan, atau setidaknya mencapai integrasi dalam organisasi, berpikir dan bertindak.

2. Proses Disosiatif

a) Persaingan

Ini adalah proses sosial di mana individu atau kelompok orang bersaing untuk mendapatkan keuntungan dari bidang kehidupan

yang pada suatu saat menjadi pusat perhatian publik dengan menarik perhatian opini publik atau mempertajam prasangka yang sudah ada sebelumnya.

b) Kontraversi

Kontraversi pada hakekatnya merupakan suatu bentuk proses sosial yang terjadi antara persaingan dan kontroversi atau seperti konflik. Dibandingkan dengan persaingan dan konflik, itu cukup tertutup atau rahasia.

c) Pertentangan

Pertentangan atau pertikaian adalah proses sosial di mana individu atau kelompok berusaha untuk mencapai tujuan mereka dengan menentang pihak lawan melalui ancaman atau kekerasan.

2.5.5 Media Sosial Twitter

Boyd (2009) menjelaskan media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas saling berbagi, berkomunikasi maupun berkolaborasi.¹⁵

Menurut Van Dijk, media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada ekstitensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi.¹⁶

¹⁵ Rulli Nasrullah. 2020. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Socioteknologi*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media, hal 11

¹⁶ *Ibid*

Dari definisi kedua ahli diatas, penulis dapat mengambil kesimpulan definisi media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain dan membentuk ikatan sosial secara virtual.

Jenis media sosial yang digunakan dalam penelitian ini adalah media sosial twitter. Twitter adalah sebuah situs web yang dimiliki dan dioperasikan pada tahun 2006 oleh Jack Dorsey. Twitter merupakan microblogging, layanan pesan pendek dengan kemampuan 140 karakter dalam bentuk teks yang sangat populer pada saat ini.¹⁷

Twitter dapat dimanfaatkan sebagai sebuah media untuk komunikasi menjaring teman. Dengan cara *follow* dan *memfollow*, pengguna twitter dapat berkomunikasi dan berhubungan dengan teman yang mempunyai minat yang sama. Seperti dalam penelitian ini yang dimaksud mempunyai minat yang sama adalah kesamaan dalam menyukai Boyband K-pop yaitu NCT.

Selain itu, twitter juga memiliki fitur-fitur yang tersedia di twitter, sebagai berikut:¹⁸

1. *Tweet*

Tweet adalah fitur yang dapat digunakan pengguna untuk berbagi postingan, foto, video, dan gif dengan publik. Secara umum, semua

¹⁷ Ilona Vicenovi. 2020. *Media Konvensional dan Media Online*, Yogyakarta : Graha Ilmu, hal 80

pengguna, terdaftar dan tidak terdaftar, dapat melihat tweet yang dibagikan, tetapi pengguna juga dapat menetapkan batas posting hanya untuk pengikut tertentu.

2. *Follow, followers, unfollowing*

Pengguna Twitter akan melihat syarat mengikuti, menjadi pengikut, dan berhenti mengikuti.

3. *Hashtags, usernames, retweets dan reply*

Pengguna dapat mengelompokkan unggahan berdasarkan topik atau mengetik dengan menggunakan tagar, kata atau frasa yang diawali dengan tanda "#". Demikian pula, tanda "@" diikuti dengan nama pengguna digunakan untuk menyebut atau membalas pengguna lain.

4. *Trending Topic*

Topik yang sedang tren adalah apa yang sedang dibicarakan banyak pengguna di Twitter berdasarkan tagar, kata, atau frasa. Topik yang sedang tren sangat membantu Twitter dan penggunanya mengetahui apa yang sedang terjadi di dunia dan lokasi geografis pengguna.

Twitter juga telah melakukan banyak perubahan untuk menghindari manipulasi tren saat ini.

2.5.6 Fandom NCT

Fandom berasal dari kata Fan et Kingdom yang berarti kerajaan penggemar. Fan merupakan singkatan dari kata fanatic, diambil dari kata latin fanatic. Kata fanaticus berarti milik kuil, pelayan kuil, kipas angin.

Namun, konsep tersebut kemudian mendapat konotasi negatif, diilhami oleh perayaan perayaan dan hiruk pikuk antusiasme.

Dalam perkembangannya, istilah fanatisme berubah maknanya dari bentuk ibadah dan keyakinan agama yang dilebih-lebihkan menjadi semangat yang keterlaluan dan semu. Istilah penggemar pertama kali digunakan pada akhir abad ke-19 di akun surat kabar untuk menggambarkan orang-orang yang mengikuti tim olahraga profesional, tetapi kemudian digunakan secara luas untuk merujuk pada segala bentuk orang. Penggemar apa yang setia pada apa yang dia idolakan.

Fandom adalah istilah untuk komunitas di mana orang-orang yang menyukai teks atau topik tertentu dapat bertemu dan bersosialisasi dengan orang lain yang memiliki minat yang sama. Menurut Jenkins fandom memberi penggemar komunitas yang tidak didefinisikan dalam istilah tradisional seperti ras, agama, jenis kelamin, wilayah, politik atau profesi, tetapi komunitas konsumen, yang didefinisikan oleh hubungan bersama dengan teks bersama.

2.6 Kerangka Pikir

Kerangka pemikiran merupakan gambaran alur logika penelitian serta juga hubungan antar konsep yang ingin diteliti. Berikut ini adalah kerangka pikir dari penelitian berjudul “Interaksi Sosial Penggemar NCT dalam Membicarakan Idola di Media Sosial Twitter.”

Peneliti melihat adanya interaksi antar penggemar di media sosial lalu peneliti memilih media sosial twitter dimana peneliti melihat interaksi tersebut dilakukan dan oleh fandom NCTzen yang dimana itu adalah fans dari boygrup Neo Culture Technology (NCT) selanjutnya peneliti melihat fenomena ini berkaitan dengan teori penetrasi sosial yang dimana asumsi dari teori tersebut seseorang yang terkadang terasa sangat asing lalu mendekati keakraban hingga sangat akrab, ini terjadi di fandom NCTzen mempunyai ketertarikan yang sama ketika mereka membicarakan idola nya satu sama lain dalam proses ini mereka akan terjalin hubungan yang semakin dekat dan bisa jadi menjadi bersahabat.

