



Judul Tugas Akhir Skripsi

STRATEGI KOMUNIKASI INTERAKTIF ARMY KEPADA IDOL BTS MELALUI  
APLIKASI WEVERSE

Tugas Akhir Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar  
Sarjana (S-1) Ilmu Komunikasi

Nama : Salwa Rahmadani

NIM : 2210411023



PROGRAM STUDI S1 ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL  
VETERAN JAKARTA



**STRATEGI KOMUNIKASI INTERAKTIF ARMY KEPADA IDOL BTS  
MELALUI APLIKASI WEVERSE**

**SKRIPSI**

**Salwa Rahmadani**

**2210411023**

**Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar  
Sarjana Ilmu Komunikasi**

**Dosen Pembimbing:**

**Garcia Krisnando N., S.Sos., M.Si.**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA  
2026**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

### PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar:

Nama : Salwa Rahmadani

NIM : 2210411023

Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 17 Februari 2026

Yang menyatakan,



(Salwa Rahmadani)

## PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

### PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta,  
saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Salwa Rahmadani  
NIM : 2210411023  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada  
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non  
eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang  
berjudul:

#### STRATEGI KOMUNIKASI INTERAKTIF ARMY KEPADA IDOL BTS MELALUI APLIKASI WEVERSE

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini,  
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih  
media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat  
dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya  
sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya:

Dibuat di : Jakarta,

Pada tanggal : 17 Juni, 2026

Yang menyatakan,



(Salwa Rahmadani)

## LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

### LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Tugas Akhir diajukan oleh:

Nama : Salwa Rahmadani  
NIM : 2210411023  
Program Studi : SI Ilmu Komunikasi  
Judul Tugas Akhir : Strategi Komunikasi Interaktif ARMY Kepada Idol BTS  
Melalui Aplikasi Weverse

Telah berhasil melakukan bimbingan minimal 8X dihadapan dosen pembimbing diterima sebagai bagian persyaratan untuk melakukan sidang **TUGAS AKHIR** yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana, pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta.

Pembimbing



(Garcia Krisnando N., S.Sos., M.Si.)

Ditetapkan di : Jakarta  
Tanggal Ujian : .....

## PENGESAHAN SKRIPSI

### PENGESAHAN TUGAS AKHIR

NAMA : Salwa Rahmadani  
NIM : 2210411023  
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi  
JUDUL : Strategi Komunikasi Interaktif ARMY Kepada Idol  
BTS Melalui Aplikasi Weverse

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing

(Garcia Krisnando Nathanael, S. Sos., M.)

Penguji 1

(Dr. Witanti Prihatiningsih, M.I.Kom)

Penguji 2

(Windhi Tia Saputra, S.Sos. M.Si.)

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi

Uljanatunnisa, S.Sos. MA

Ditetapkan di : Jakarta  
Tanggal Ujian : 10 maret 2020

# STRATEGI KOMUNIKASI INTERAKTIF ARMY KEPADA IDOL BTS MELALUI APLIKASI WEVERSE

SALWA RAHMADANI

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi interaktif yang dilakukan oleh komunitas ARMY dalam membangun hubungan dengan idola BTS melalui aplikasi Weverse. Fokus utama penelitian adalah mengeksplorasi bagaimana fitur-fitur digital dimanfaatkan untuk menciptakan kedekatan emosional meskipun terdapat batasan fisik dan teknis. Teori yang digunakan adalah *Social Information Processing* (SIP) dan Model *Hyperpersonal* untuk membedah proses interaksi di ruang siber. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan lima informan anggota ARMY yang aktif menggunakan Weverse, serta melalui observasi aktivitas digital di platform tersebut. Teknik analisis data dilakukan secara tematik untuk mengidentifikasi pola-pola strategi komunikasi yang muncul. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ARMY menerapkan lima strategi utama: pemanfaatan fitur interaksi (sinkron dan asinkron), pengelolaan pesan dan waktu (*impression management*), representasi identitas fandom melalui simbol kolektif dan *code-mixing*, resiliensi digital dalam menghadapi hambatan teknis fitur terjemahan, serta pembentukan kedekatan emosional melalui responsivitas idola. Strategi ini memungkinkan terbentuknya kedekatan emosional yang intim dan persepsi interaksi dua arah yang bermakna. Penggunaan simbol identitas seperti *purple heart* menjadi kunci dalam memperkuat solidaritas dan loyalitas di dalam ekosistem Weverse. Strategi komunikasi yang adaptif mampu mentransformasi media digital menjadi ruang sosial yang personal bagi penggemar dan idola.

**Kata kunci:** Komunikasi Interaktif, Fandom, ARMY, BTS, Weverse.

# ***INTERACTIVE COMMUNICATION STRATEGIES OF ARMY TOWARD BTS THROUGH THE WEVERSE APPLICATION***

**SALWA RAHMADANI**

## ***ABSTRACT***

*This study aims to analyze the interactive communication strategies employed by the ARMY community to build relationships with their idols, BTS, through the Weverse application. The primary focus of this research is to explore how digital features are utilized to create emotional intimacy despite existing physical and technical barriers. The theoretical frameworks used are Social Information Processing (SIP) and the Hyperpersonal Model to dissect the interaction processes within cyberspace. A descriptive qualitative research method was applied. Data were collected through in-depth interviews with five ARMY members who are active Weverse users, as well as through observations of digital activities on the platform. The data analysis technique followed a thematic approach to identify emerging patterns of communication strategies. The results of the study indicate that ARMY implements five main strategies: the utilization of interaction features (synchronous and asynchronous), message and time management (impression management), the representation of fandom identity through collective symbols and code-mixing, digital resilience in facing technical barriers of translation features, and the cultivation of emotional closeness through idol responsiveness. These strategies enable the formation of intimate emotional bonds and the perception of meaningful two-way interactions. The use of identity symbols, such as the purple heart, is key to strengthening solidarity and loyalty within the Weverse ecosystem. Adaptive communication strategies are capable of transforming digital media into a personal social space for both fans and idols.*

**Keywords:** *Interactive Communication, Fandom, ARMY, BTS, Weverse.*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga skripsi berjudul “*Strategi Komunikasi Interaktif ARMY Kepada Idol BTS Melalui Aplikasi Weverse*” dapat diselesaikan dengan baik sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan dan bimbingan berbagai pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Allah SWT, atas limpahan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga penulis diberikan kesehatan dan kelancaran dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Keluarga penulis (Ayah, Mama, Abang, Kakak, dan Kembaran) atas doa, kasih sayang, serta dukungan moral dan materil yang senantiasa diberikan.
3. Bapak Garcia Krisnando N., S.Sos., M.Si., selaku Dosen Pembimbing, atas bimbingan, arahan, dan masukan yang sangat berharga selama proses penyusunan skripsi.
4. Ibu Dr. Witanti Prihatiningsih, M.I.Kom. dan Bapak Windhi Tia Saputra, S.Sos., M.Si., selaku Dosen Penguji, atas saran dan masukan konstruktif demi penyempurnaan skripsi ini.
5. Seluruh dosen Program Studi Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Jakarta, atas ilmu pengetahuan dan wawasan yang diberikan selama masa perkuliahan.
6. Para informan penelitian, atas kesediaan waktu, pengalaman, dan informasi yang diberikan untuk mendukung penelitian ini.
7. Teman-teman seperjuangan, atas kebersamaan, bantuan, dan semangat selama masa perkuliahan.
8. BTS, Kim Namjoon, Kim Seokjin, Min Yoongi, Jung Hoseok, Park Jimin, Kim Taehyung, dan Jeon Jungkook

Jakarta, 16 Januari 2026



## DAFTAR ISI

|                                                  |      |
|--------------------------------------------------|------|
| HALAMAN JUDUL .....                              | ii   |
| LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG.....                   | iii  |
| LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS.....              | iv   |
| ABSTRAK.....                                     | v    |
| <i>ABSTRACT</i> .....                            | vi   |
| KATA PENGANTAR.....                              | vii  |
| DAFTAR ISI .....                                 | viii |
| DAFTAR GAMBAR.....                               | xi   |
| DAFTAR TABEL .....                               | xii  |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                            | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN .....                          | 1    |
| 1.1 Latar Belakang .....                         | 1    |
| 1.2 Rumusan Masalah .....                        | 15   |
| 1.3 Tujuan Penelitian.....                       | 15   |
| 1.4 Batasan Masalah.....                         | 15   |
| 1.5 Manfaat Penelitian .....                     | 16   |
| 1.6 Sistematika Penelitian .....                 | 16   |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....                     | 18   |
| 2.1 Penelitian Terdahulu .....                   | 18   |
| 2.2 Teori Penelitian .....                       | 27   |
| 2.2.1 <i>Social Information Processing</i> ..... | 27   |
| 2.1.1 Model <i>hyperpersonal</i> .....           | 29   |
| 2.3 Konsep Penelitian .....                      | 31   |
| 2.3.1 Komunitas Virtual .....                    | 31   |
| 2.3.2 <i>Fandom</i> .....                        | 32   |
| 2.3.3 Idol .....                                 | 34   |
| 2.3.4 Komunikasi Interaktif.....                 | 36   |
| 2.3.5 Strategi Komunikasi.....                   | 38   |
| 2.3 Kerangka Berpikir .....                      | 42   |
| BAB III METODE PENELITIAN .....                  | 43   |
| 3.1 Objek Penelitian .....                       | 43   |

|                                                                                  |           |
|----------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>3.2 Jenis Penelitian .....</b>                                                | <b>45</b> |
| <b>3.3 Teknik Pengumpulan Data .....</b>                                         | <b>47</b> |
| 3.3.1 Observasi .....                                                            | 47        |
| 3.3.2 Wawancara .....                                                            | 48        |
| 3.3.3 Dokumentasi .....                                                          | 48        |
| 3.3.4 Studi Literatur .....                                                      | 48        |
| <b>3.4 Sumber Data .....</b>                                                     | <b>49</b> |
| 3.4.1 Data Primer .....                                                          | 49        |
| 3.4.2 Data Sekunder .....                                                        | 50        |
| <b>3.5 Teknik Analisis Data .....</b>                                            | <b>50</b> |
| <b>3.6 Uji Keabsahan Data .....</b>                                              | <b>52</b> |
| <b>3.7 Tabel Rencana Waktu .....</b>                                             | <b>53</b> |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>                                         | <b>54</b> |
| <b>4.1 Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian .....</b>                       | <b>54</b> |
| VI.1.1 Deskripsi Objek Penelitian .....                                          | 54        |
| VI.1.2 Deskripsi Informan Penelitian .....                                       | 54        |
| <b>4.2 Hasil Penelitian .....</b>                                                | <b>59</b> |
| 4.2.1 Interaktivitas Fitur Weverse dalam Komunikasi<br>Antara ARMY dan BTS ..... | 62        |
| 4.2.1.1 Pemanfaatan Fitur Artis dan Live Untuk Interaksi<br>Real-Time .....      | 63        |
| 4.2.1.2 Kehadiran Sosial Virtual Melalui Siaran Langsung ..                      | 65        |
| 4.2.1.3 Ekspresi Emosional Mendalam Melalui Fitur<br>Fan Letter .....            | 88        |
| 4.2.2 Strategi Komunikasi Interaktif ARMY Kepada BTS .....                       | 68        |
| 4.2.2.1 Strategi Penyusunan Pesan<br>(Terencana dan Spontan) .....               | 68        |
| 4.2.2.2 Strategi Konten Personal .....                                           | 70        |
| 4.2.2.3 Strategi Efisiensi dan Repetisi Pesan .....                              | 71        |
| 4.2.2.4 Strategi Timing Interaksi .....                                          | 72        |
| 4.2.3 Representasi Identitas Fandom dalam Pesan ARMY .....                       | 75        |

|                                                                                                    |            |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 4.2.3.1 Simbol Identitas ARMY (Emoji, Ikon,<br>Purple Heart) .....                                 | 76         |
| 4.2.3.2 Penggunaan Bahasa Campuran (Code-Mixing) .....                                             | 80         |
| 4.2.3.3 Ekspresi Simbolik Emosional dalam Pesan .....                                              | 83         |
| 4.2.4 Hambatan Komunikasi ARMY di Aplikasi Weverse .....                                           | 87         |
| 4.2.4.1 Distorsi Makna Akibat Ketidakakuratan<br>Terjemahan Otomatis .....                         | 87         |
| 4.2.4.2 Gangguan Komunikasi Akibat Arus Pesan<br>Spam (Information Overload) .....                 | 89         |
| 4.2.4.3 Pembatasan Akses Interaksi Melalui Sistem<br>Membership .....                              | 90         |
| 4.2.5 Kedekatan Emosional ARMY Terhadap BTS Melalui<br>Weverse .....                               | 93         |
| 4.2.5.1 Persepsi Hubungan Dua Arah .....                                                           | 94         |
| 4.2.5.2 Kehadiran Sosial Idola Melalui Live .....                                                  | 95         |
| 4.2.5.3 Responsivitas Idola dan Dampak Emosionalnya .....                                          | 96         |
| <b>4.4 Pembahasan .....</b>                                                                        | <b>103</b> |
| 4.4.1 Adaptasi Sosial Information Processing (SIP) dalam Mengatasi<br>Keterbatasan Nonverbal ..... | 103        |
| 4.4.2 Implementasi Model Hyperpersonal dalam Strategi<br>Penyusunan Pesan .....                    | 105        |
| 4.4.3 Konstruksi Identitas Kolektif Dalam Komunitas Virtual .....                                  | 107        |
| <b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN</b>                                                                 | <b>111</b> |
| 5.1 Kesimpulan .....                                                                               | 111        |
| 5.2 Saran .....                                                                                    | 112        |
| 5.2.1 Saran Praktis .....                                                                          | 112        |
| 5.2.2 Saran Teoritis .....                                                                         | 113        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                                                                        | <b>114</b> |
| <b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>                                                                  | <b>122</b> |
| <b>LAMPIRAN .....</b>                                                                              | <b>123</b> |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                                      |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1.1 Penjualan Album BTS di 2020 Mencapai 4,2 Juta Eksampler.....              | 2  |
| Gambar 1.2 Sensus Demografi Umur Penggemar BTS.....                                  | 4  |
| Gambar 1.3 Aplikasi Weverse .....                                                    | 5  |
| Gambar 1.4 Fitur Unggahan Foto Member BTS di Aplikasi Weverse .....                  | 6  |
| Gambar 1.5 Fitur Siaran Langsung BTS di Aplikasi Weverse .....                       | 7  |
| Gambar 1.6 Konten Eksklusif BTS di Aplikasi Weverse.....                             | 8  |
| Gambar 1.7 Harga Sistem Keanggotaan Berbayar .....                                   | 9  |
| Gambar 1.8 Keluhan ARMY Mengenai <i>Membership</i> .....                             | 10 |
| Gambar 1.9 Postingan Member BTS di Weverse dengan Salah Terjemahan .....             | 11 |
| Gambar 1.10 Keluhan ARMY Mengenai Fitur Terjemahan .....                             | 12 |
| Gambar 3.1 Komunitas BTS di Weverse .....                                            | 43 |
| Gambar 3.2 Menu Yang Tersedia di Komunitas BTS.....                                  | 43 |
| Gambar 4.1 Interaktivitas Fitur Weverse dalam Komunikasi ARMY dan BTS.....           | 68 |
| Gambar 4.2 Strategi Komunikasi Interaktif ARMY dan BTS di Aplikasi Weverse. ....     | 75 |
| Gambar 4.3 Penggunaan Emoji Hati Ungu oleh ARMY .....                                | 78 |
| Gambar 4.4 Penggunaan Emoji Hewan Sebagai Representasi Identitas Member ....         | 79 |
| Gambar 4.5 Penggunaan Tiga Bahasa oleh ARMY kepada BTS .....                         | 82 |
| Gambar 4.6 Komentar ARMY Berdasarkan Jenis Konten BTS di Weverse.....                | 83 |
| Gambar 4.7 Penggunaan Hastag Sebagai Dukungan Kolektif ARMY di Weverse... ..         | 85 |
| Gambar 4.8 Representasi Identitas Fandom dalam Pesan ARMY .....                      | 86 |
| Gambar 4.9 Kesalahan Terjemahan pada Fitur Translate Bahasa Korea .....              | 86 |
| Gambar 4.10 Alternatif Verifikasi Terjemahan, melalui Akun Fanbase di Twitter ... .. | 89 |
| Gambar 4.11 Pembatasan Fitur Subtitle Otomatis bagi Non-Membership.....              | 91 |
| Gambar 4.12 Hambatan Komunikasi ARMY di Aplikasi Weverse.....                        | 93 |
| Gambar 4.13 Kedekatan Emosional ARMY Terhadap BTS Melalui Weverse .....              | 99 |

## DAFTAR TABEL

|                                      |    |
|--------------------------------------|----|
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu ..... | 19 |
| Tabel 2.2 Kerangka Berpikir .....    | 43 |
| Tabel 3.1 Data Informan.....         | 51 |
| Tabel 3.2 Tabel Rencana Waktu.....   | 54 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|                                                                         |     |
|-------------------------------------------------------------------------|-----|
| Lampiran 1 Kartu Bimbingan Tugas Akhir Skripsi .....                    | 123 |
| Lampiran 2 Kontrak Penulisan Tugas Akhir Skripsi .....                  | 124 |
| Lampiran 3 Hasil Turnitin .....                                         | 125 |
| Lampiran 4 Pedoman Wawancara .....                                      | 126 |
| Lampiran 5 Transkrip Wawancara .....                                    | 128 |
| Lampiran 6 Coding Data.....                                             | 160 |
| Lampiran 8 Dokumentasi Wawancara .....                                  | 177 |
| Lampiran 9 Dokumentasi Verifikasi Data ( <i>Member Checking</i> ) ..... | 178 |