

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sejak pertengahan 1990-an budaya *hallyu* atau yang lebih dikenal sebagai “gelombang korea” mulai merambah ke tingkat global. Salah satu hasil dari *korean wave* yang sangat disukai oleh generasi muda adalah musik Korea Selatan yang bergenre pop yang dikenal dengan sebutan K-pop. K-pop menawarkan hiburan musik yang menarik dengan tarian yang mengasikkan dan dengan video klip yang unik, sehingga banyak individu yang tertarik dan menjadi penggemar genre musik tersebut (Puspita, 2022).

Data yang diperoleh dari CNN Indonesia (2022), Indonesia mencatatkan diri sebagai negara dengan jumlah penggemar terbanyak di dunia maya. Hasil survey Twitter menunjukkan bahwa Indonesia menempati posisi kedua setelah Jepang, diikuti oleh Filipina, Korea Selatan, dan Amerika Serikat. Indonesia tidak hanya menjadi negara dengan penggemar terbanyak di Twitter, tetapi juga tercatat sebagai negara yang paling aktif membahas K-pop di *platform* tersebut.

Menurut Jenkins (Gray et al., 2007), penggemar atau *fans* dapat dianggap sebagai konsumen budaya yang unik, tidak dapat disamakan dengan *audiens* atau khalayak biasa. Mereka terlibat secara aktif dalam mengkonsumsi budaya yang mereka sukai, seperti membeli buku dari penulis yang mereka kagumi atau membeli album dari penyanyi yang mereka favoritkan.

Kemajuan teknologi dan perbedaan geografis antar negara menciptakan tantangan bagi para penggemar untuk berkomunikasi secara langsung dengan idolanya. Untuk mengatasi hambatan tersebut, agensi K-pop telah mengembangkan aplikasi yang memungkinkan penggemar dan idola berinteraksi tanpa mengkhawatirkan jarak fisik. Beberapa contoh aplikasi tersebut adalah Weverse dan Lysn. Melalui aplikasi Lysn, para idol K-pop dapat mengirim pesan, foto, video, hingga pesan suara kepada penggemar untuk memberikan kabar terbaru tentang aktivitas mereka (Hanif & Rachmawati, 2022).

Fitur Lysn menyajikan pesan dari idol seolah-olah merupakan percakapan pribadi antara dua orang, namun kenyataannya pesan yang dikirimkan oleh idol merupakan pesan *broadcast* yang diterima oleh banyak penggemar sekaligus. Tersedianya fitur tersebut mampu meningkatkan rasa kedekatan dan keintiman antara idol dan penggemar karena pesan yang muncul memberikan kesan spesial dan eksklusif. Keberadaan aplikasi tersebut, membuat penggemar merasa semakin dekat dan merasa bahwa mereka mengenal idolanya lebih dalam karena fantasi mereka terpenuhi. Penggemar bahkan menganggap memiliki hubungan layaknya hubungan persahabatan hingga pasangan kekasih, meskipun pada kenyataannya hubungan tersebut merupakan ilusi semata. Hubungan inilah yang dikenal dengan *parasocial relationships* (Hanif & Rachmawati, 2022).

Konsep *parasocial relationships* pertama kali diperkenalkan oleh Horton dan Wohl pada tahun 1956. *Parasocial relationships* mengacu pada hubungan satu arah yang terbentuk antara individu dengan idolanya. Salah satu perbedaan utama antara hubungan ini dengan hubungan interpersonal adalah fakta bahwa hubungan

tersebut “tampak”. Horton dan Wohl mengungkapkan bahwa karakter yang ditampilkan oleh idola dalam media merupakan karakter fiktif atau samaran (Kurtin et al., 2019).

Fantasi kerap dikaitkan dengan *parasocial relationships* namun keduanya memiliki konsep yang berbeda. Fantasi merujuk pada gambaran atau ide-ide yang diciptakan dalam pikiran seseorang, yang berupa gambaran situasi, karakter dan dunia yang tidak nyata. Fantasi sering digunakan sebagai alat pelarian dari realitas guna menghibur diri (Oyebode, 2008). Sementara *parasocial relationships* mengacu pada hubungan satu pihak atau ilusi keintiman, dimana penggemar merasa seolah-olah mengenal dan memahami selebriti, sama seperti cara mereka mengenal dan memahami individu lain dalam kehidupan nyata. Para penggemar bahkan merasakan empati terhadap mitra dalam *parasocial relationships*, bahkan ketika mitra tersebut membuat kesalahan (Thurau & Houston, 2018).

Parasocial relationships melibatkan pembentukan ikatan emosional yang kuat dengan seseorang yang tidak dikenal secara langsung. Hubungan ini terjadi dalam konteks non-tatap muka dengan karakter media. Ketika individu percaya dan memahami karakter tersebut, mereka dapat membentuk *parasocial relationships*. Berbeda dengan *parasocial interaction* yang hanya melibatkan pengalaman menonton dan berbicara dengan televisi atau media lainnya, *parasocial relationships* bersifat berkelanjutan dan dapat meningkatkan keintiman antara penggemar dengan idola yang mereka sukai (Su et al., 2021).

Individu yang mengalami *parasocial relationships* ditunjukkan oleh perilaku seperti memikirkan atau membicarakan selebriti dalam kehidupan sehari-

hari, mencari informasinya di internet, merasakan keintiman seperti layaknya memiliki hubungan persahabatan maupun perasaan cinta yang mendalam terhadap selebriti yang difavoritkan (Astagini dkk., 2017)

Madison, dkk (Sherrick et al., 2022) mengungkapkan bahwa *parasocial relationships* berfungsi sebagai pengganti kurangnya interaksi sosial dalam kehidupan nyata. Dalam hubungan ini, penggemar bergantung pada imajinasi dan fantasi untuk menciptakan hubungan yang asimetris, di mana mereka merasakan kedua sisi hubungan tersebut. Dengan demikian, ketika hubungan sosial yang diinginkan tidak dapat terealisasi dengan baik, individu menggunakan *parasocial relationships* sebagai pengganti yang dapat memenuhi kebutuhan sosial mereka.

Kajian Basil (Sadasri, 2022) mengenai hubungan antara penggemar dan idola, penggemar mencapai pemenuhan dengan mengidentifikasi diri mereka dengan selebriti dan berharap mendapat pengakuan dari selebriti tersebut. Fowles (Sadasri, 2021) menjelaskan bahwa melalui hubungan dengan selebriti, penggemar dapat mengurangi perasaan sedih, keraguan, dan kecemasan yang mereka rasakan. Selain itu, penggemar juga dapat merasakan keintiman tanpa risiko penolakan.

Martin & Tesser (Meloy et al., 2008) mengungkapkan bahwa *parasocial relationships* memiliki dampak buruk bagi kehidupan penggemar maupun selebriti itu sendiri. Penggemar yang memiliki obsesi untuk terhubung dengan selebriti cenderung mengalami frustrasi, *overthinking*, dan perasaan yang tidak menyenangkan karena tujuan relasional yang tidak terpenuhi. Kegagalan dalam menjalin hubungan dengan selebriti dapat melemahkan harga diri penggemar dan menyebabkan pikiran negatif yang berkelanjutan. Pemikiran obsesif penggemar

mengenai hubungan dengan selebriti bersama dengan pengaruh negatif yang semakin meningkat, dapat menguatkan tekad penggemar untuk terus berusaha menjalin hubungan dengan selebriti meskipun melalui cara yang tidak benar.

Penggemar yang mengejar hubungan tidak realistis dan tidak terbalas menghambat konsepsi yang normal mengenai upaya yang tepat dalam mencapai hubungan yang diinginkan. Penggemar yang terobsesi cenderung melakukan tindakan menguntit dan melecehkan selebriti untuk memenuhi harapan memiliki hubungan pribadi yang “nyata” dengan selebriti tersebut (Meloy et al., 2008). Ketika penggemar kehilangan tokoh favoritnya juga menunjukkan respon emosional seperti kesedihan mendalam yang mempengaruhi kehidupan, sexualitas, identitas dan apresiasi terhadap tokoh favoritnya (Kurtin et al., 2019).

Dilansir dari Idn Times (2019) Nayeon salah satu anggota *girl group* TWICE mengalami hal yang mengerikan akibat ulah penggemar yang obsesif atau yang dikenal sebagai *sasaeng*. *Sasaeng* bernama Josh ini telah menguntit Nayeon sejak 2016. Josh bahkan tinggal selama satu bulan di Cheongdam-dong, Gangnam karena menemukan informasi bahwa Nayeon dan keluarganya tinggal di kawasan tersebut. Josh bahkan mendatangi tempat-tempat yang terlihat di akun Instagram Nayeon, seperti salon, kafe, dan kantor agensi JYP Entertainment. Akibat perilakunya tersebut, Josh merasa sedih dan mengalami insomnia karena tidak dapat bertemu dengan Nayeon. Tidak hanya itu, Josh pernah mengancam akan membunuh siapapun yang mencoba menjalin hubungan dengan idolanya tersebut. Penggemar lain merasa Josh sangat delusif ketika membaca tangkapan layar yang

berisi pernyataan Josh bahwa dirinya akan menikahi nayeon, menua bersama di Australia dan menyaksikan anak-anak mereka tumbuh.

Sebuah artikel yang diterbitkan oleh Thriveworks pada tanggal 22 Maret 2022 dengan judul “*New Thriveworks Research Shows Abundance of Parasocial in the US*” mengungkapkan bahwa 51% orang Amerika menjalin *parasocial relationships*, namun hanya 16% yang secara terbuka mengakui hal tersebut. Menurut survei yang dilakukan oleh Thriveworks, sebanyak 20% orang Amerika mengalami kesedihan yang mendalam setelah kematian seorang selebriti. Hampir 10% orang Amerika melaporkan adanya dampak negatif terhadap kesehatan mental akibat kematian selebriti, selain itu 7% responden mengalami gangguan mental ketika seorang selebriti tidak merespon mereka di media sosial.

Penulis melakukan wawancara terhadap 3 responden dengan jenis kelamin perempuan (A,B,C) yang masing-masing berusia 18 tahun, 22 tahun dan 19 tahun mengenai *parasocial relationships* dan kaitannya dengan *insecure attachment* dan *loneliness* yang dialami.

Responden A yang berusia 18 tahun mengaku, memiliki trauma setelah putus akibat perselingkuhan yang dilakukan oleh kekasihnya. A berkata tidak ingin menjalin hubungan dengan siapapun karena trauma akan perselingkuhan tersebut. Ketika A berusaha membuka hati, A selalu berpikir takut ditinggalkan, A juga mengaku menjadi sering mencurigai orang yang berusaha mendekati dirinya. A menyebutkan bahwa hidupnya merasa kosong dan tidak menyenangkan, namun setelah menonton video dan mengikuti segala aktivitas Ricky ZB1, dirinya merasa mendapat kenyamanan karena A menganggap Ricky sebagai sosok kekasih yang

ideal. A juga selalu membicarakan Ricky kepada teman-temannya bahwa dirinya sangat mencintai Ricky dan ingin berada didekatnya.

Sementara responden B berusia 22 tahun bekerja sebagai karyawan di luar kota mengaku bahwa, dirinya sering merasa cemas dan tidak mempercayai orang disekitarnya hal ini dipicu oleh sifatnya yang pemalu dan tidak pandai bersosialisasi. B juga mengaku merasa kesepian karena terpisah dengan sahabat masa kecilnya karena tuntutan pekerjaan, akibatnya dirinya sering murung dan merasa kekurangan hubungan interpersonal, karena B tidak memiliki teman dekat di lingkungan tersebut. B mengaku setelah mengenal Johnny NCT suasana hatinya menjadi lebih baik. B menganggap Johnny sebagai pacarnya, namun B juga sering merasa cemburu ketika Johnny berdekatan dengan anggota *girl group*, A mengaku sering menangisi idolanya tersebut karena tidak rela jika Johnny memiliki hubungan romantis dengan wanita lain.

Wawancara dengan responden C yang berusia 19 tahun mengungkapkan bahwa dirinya terkadang ingin memiliki pacar namun dirinya takut jika pasangannya tidak mencintai dirinya. C mengaku sulit membuka diri untuk menerima orang baru dalam kehidupannya. C menyebutkan, dirinya sering menghabiskan waktu bermain sosial media dan mengikuti aktivitas *boyband* K-pop, akibatnya C tidak pernah keluar rumah untuk bersosialisasi, terkadang C juga merasa hidupnya monoton. C mengungkapkan bahwa hubungannya dengan Kai EXO lebih penting dibandingkan menjalin hubungan nyata, karena C merasa Kai memberikan segala bentuk kasih sayang yang tidak dirinya dapatkan sebelumnya.

Faktor-faktor tertentu dapat mempengaruhi terbentuknya *parasocial relationships* antara individu dengan idola K-pop atau selebriti. Bond & Calvert (Barr & Linebarger, 2016) mengemukakan bahwa *attachment styles*, *social realism*, dan *human like-needs* berperan dalam membentuk *parasocial relationships*. Di sisi lain, (Forster, 2023) juga menyatakan bahwa *loneliness*, *insecure attachment*, *need to belong* dan *identification* juga mempengaruhi terbentuknya *parasocial relationships*.

Cole dan Leets (Cohen, 2004) menyatakan bahwa kunci terbentuknya *parasocial relationships* adalah *attachment styles*. *Attachment styles* dapat memprediksi sejauh mana penggemar terlibat dalam *parasocial relationships* dengan idolanya. Penelitian ini didasarkan pada argumen bahwa teori *attachment* tidak hanya menjelaskan hubungan romantis pada orang dewasa, namun juga sikap terhadap pekerjaan, bahkan keyakinan agama. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa *attachment styles* juga mempengaruhi hubungan relasional lainnya, seperti hubungan imajiner antara idola dengan penggemar.

Teori *attachment* menyatakan bahwa bayi mengembangkan ikatan utama dengan pengasuh mereka, dan pola *attachment* tersebut menjadi model keterikatan dalam hubungan mereka di masa depan (Stark & Buzawa, 2009). *Attachment* dibagi menjadi dua jenis, yaitu *secure attachment* (keterikatan aman) dan *insecure attachment* (keterikatan tidak aman). *Insecure attachment* melibatkan pola ikatan yang ditandai dengan perilaku penghindaran dan perlawanan terhadap sosok pengasuh atau orang tua (Santrock, 2003).

Pada masa kecil, individu membentuk berbagai jenis *attachment* dengan pengasuh dan jenis *attachment* ini dapat mempengaruhi hubungan personal individu tersebut ketika dewasa (Willard & Lawton, 2020). Kessel et al (McCutcheon et al., 2006) mengungkapkan *insecure attachment* memiliki hubungan yang erat dengan gejala depresi, kualitas interaksi yang relatif buruk antara orang tua, serta kesulitan dalam berhubungan sosial maupun romantis.

Individu yang mengalami pola *insecure attachment* mengembangkan *working models* tentang dirinya sebagai individu yang tidak dihargai oleh keluarga dan masyarakat, sehingga mereka merasa kurang bernilai. Mereka umumnya percaya bahwa orang lain bersikap tidak ramah dan tidak memahami situasi yang mereka hadapi. Orang-orang dengan pola *insecure attachment* cenderung menunjukkan sifat yang keras, menarik diri dari lingkungan sekitar, menunjukkan emosi dalam sikap dan perilakunya, serta tidak merasa nyaman dalam membangun hubungan yang erat dengan orang lain (Rahmatullah, 2022)

Menurut Rubin et al (McCutcheon et al., 2006) menyatakan individu yang memiliki pola *insecure attachment* cenderung mengalami kesulitan dalam menjalin hubungan dewasa dan mereka lebih mungkin membentuk *parasocial relationships*. *Parasocial relationships* menjadi menarik bagi individu dengan pola *insecure attachment* karena hubungan ini memenuhi kebutuhan hubungan sosial mereka. Dalam hubungan ini, hanya penggemar yang menganggap selebriti sebagai pacar atau sahabat mereka, sementara selebriti itu tidak mengetahuinya. Oleh karena itu, penggemar tidak mengambil risiko kritik atau penolakan kecuali mereka mencoba menghubungi selebriti tersebut.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Dinkha et al (2015) “*Attachment Styles and Parasocial Relationships: A Collectivist Society Perspective*” menunjukkan hasil bahwa *anxious insecure attachment* memiliki pengaruh tinggi terhadap kuatnya intensitas *parasocial relationships* pada penduduk Kuwait. Penelitian lain yang dilakukan oleh Greenwood (2008) “*Television as Escape from Self: Psychological Predictors of Media Involvement*” menunjukkan hasil korelasi kecemasan kelekatan (*attachment*) dengan kecenderungan meningkatkan jam menonton TV dan keterlibatan membangun *parasocial relationships* yang lebih besar dengan figur favorit.

Parasocial relationships juga terkait dengan *loneliness*. Menurut Greenberg (Anggraeni & Meiyuntariningsih, 2021) *loneliness* adalah perasaan yang tidak menyenangkan yang membuat seseorang merasa terputus dari ikatan sosial. Menurut Russel (Anggraeni & Meiyuntariningsih, 2021), *loneliness* ditandai oleh perasaan terasing, diasingkan dari lingkungan sosial, dan kurangnya keterlibatan individu dalam lingkungannya karena merasa tidak memiliki kesesuaian dengan orang lain dalam lingkungan tersebut.

Loneliness merupakan keadaan mental dan emosional individu yang dicirikan oleh perasaan sepi, kosong, merasa sendirian, dan tidak dimengerti, yang mengakibatkan kesulitan dalam menjalin hubungan dengan lingkungan sosial. Misalnya, ketika seseorang tidak lagi merasakan kehadiran keluarga atau orang lain di sekitarnya, atau situasi serupa yang terjadi dalam hubungan pertemanan dan interaksi dengan lingkungan sosialnya. Dalam situasi semacam ini, individu merasa

terasingkan dan tidak memiliki seorang pun yang dapat diajak berbicara tentang pikiran dan perasaannya saat individu tersebut membutuhkannya (Hendriani, 2021)

Weiss (Nabilla & Prakoso, 2019) mengungkapkan individu yang kurang memiliki ikatan emosional yang erat dengan orang lain dan tidak aktif dalam kelompok yang melibatkan kebersamaan, minat yang sama, atau aktivitas teratur dapat dikatakan mengalami *loneliness*. Dalam kondisi *loneliness* ini, individu cenderung mengembangkan *parasocial relationships*.

Individu yang merasakan *loneliness* cenderung memiliki kesulitan dalam membangun hubungan sosial yang positif, sehingga mereka mencari penggantinya melalui media dengan membentuk ikatan dengan selebriti. Hal ini bertujuan untuk memenuhi kebutuhan mereka akan keintiman dan persahabatan yang tidak terpenuhi (Cole & Leets, 1999).

Penelitian Nabilla & Prakoso (2019) yang berjudul “Pengaruh *Loneliness* terhadap *Parasocial Relationship* pada *Fansclub Wannable* di Bandung” memperoleh hasil signifikan antara *loneliness* dan *parasocial relationships* pada *Fansclub Wannable* di Bandung. Penelitian lain yang dilakukan oleh Daniel (2012) “*Emotional Health and Parasocial Relationships with Celebrities*” menunjukkan hasil signifikan antara *loneliness* dan *parasocial relationships* dengan selebriti.

Berdasarkan uraian di atas, pembahasan mengenai fenomena *parasocial relationships* serta kaitannya dengan *insecure attachment* dan *loneliness* membuat penulis tertarik untuk mengkaji lebih dalam fenomena tersebut melalui penelitian yang berjudul “Hubungan antara *Insecure Attachment* dan *Loneliness* dengan *Parasocial Relationships* pada Penggemar K-pop”.

B. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris hubungan antara *insecure attachment* dan *loneliness* dengan *parasocial relationships* pada penggemar K-pop.

C. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian yang diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis maupun secara praktis kepada berbagai pihak. Adapun manfaat penelitian sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan psikologi khususnya pada psikologi sosial tentang hubungan antara *insecure attachment* dan *loneliness* dengan *parasocial relationships*.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi subjek

Penelitian ini diharapkan memberikan informasi dan masukan bagi penggemar K-pop yang berkaitan dengan *insecure attachment*, *loneliness* dan *parasocial relationships*.

b. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan menjadi sumber informasi dan bahan referensi penelitian selanjutnya mengenai kaitan antara *insecure attachment* dan *loneliness* dengan *parasocial relationships* pada penggemar K-pop.