

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam era globalisasi saat ini, fenomena Korean Pop (K-Pop) sudah menjadi populer dan banyak menarik perhatian di Indonesia. Pesatnya kemajuan teknologi informasi memungkinkan orang Indonesia dapat mengakses apapun kapan saja. K-Pop menjadi lebih populer dan semakin banyak yang menyukainya. Gaya berpakaian dan perilaku idola K-Pop tidak jarang ditiru dan dijadikan trend (Sakinah dkk., 2022).

Istilah K-Pop mengacu pada musik populer Korea Selatan yang mencakup berbagai genre musik. Selain itu, istilah K-Pop sering digunakan untuk menggambarkan jenis musik, lagu, dan tarian yang dibuat oleh idol dari Korea Selatan, termasuk artis solo, girl grup, dan boy band (Yenti dkk., 2022). Bintang K-Pop ini biasanya bukan hanya musisi dan penari yang berbakat, tetapi juga memiliki penampilan fisik yang menarik. Dengan perkembangan terbaru, jumlah penggemar K-Pop di Indonesia terus meningkat, dan banyak dari mereka membangun komunitas penggemar untuk artis favorit mereka di berbagai platform media sosial (Sakinah dkk., 2022).

Menurut penelitian dari Ardian (2023) menjelaskan bahwa fenomena penggemar K-Pop selalu tercermin dari aktivitas yang mereka lakukan untuk mendekati diri dengan idolanya. Fans membentuk grup penggemar yang menyukai idola K-Pop yang sama. Mereka selalu berada di garis depan untuk bertemu idolanya dan rela menghabiskan berjam-jam, bahkan berhari-hari, mencari

informasi tentang idolanya. Penggemar K-Pop juga secara aktif berkontribusi dalam kehidupan idola favorit mereka, bahkan memperlakukan mereka sebagai teman. Banyak penggemar K-Pop selalu tergiya-gila saat melihat idola mereka menampilkan sesuatu yang menarik di layar (Anissela, 2021).

Kedekatan yang terbentuk terhadap idolanya seperti mengenal sang idola secara pribadi. Fenomena ini disebut *parasocial relationship*. Dimana para penggemar aktif berkontribusi dalam kehidupan dan kepribadian idola favoritnya, hingga merasa mengenal sang idola sebagai teman dekat. Beberapa penggemar K-Pop bahkan tidak mengira bahwa idola favorit mereka adalah pasangannya (Ardian, 2023).

Para penggemar K-Pop juga memiliki kedekatan emosional dengan idolanya dan ikut senang ketika idolanya mendapat penghargaan dan pencapaian. Para penggemar K-Pop juga sedih dan khawatir ketika mengetahui idolanya sedang sedih, sakit, atau menghadapi masalah karena popularitasnya yang tinggi. Penggemar K-Pop juga mengikuti gaya idolanya (Ardian, 2023).

Menurut Horton dan Wohl (Sekarsari & Mashoedi, 2019) pertama kali menggunakan istilah parasosial sendiri untuk menggambarkan persahabatan atau hubungan intim dengan karakter media yang didasarkan pada hubungan nyata seseorang dengan karakter tersebut. Di mana hubungan interaksi parasosial bersifat satu arah. Dengan kata lain, orang-orang terkenal atau tokoh media bertanggung jawab atas *parasocial relationship*.

Dijelaskan oleh Kurtin dkk., (2019) penonton dapat mempelajari tingkah laku, perilaku, selera humor, ekspresi wajah, dan detail pribadi yang terkait dengan

orang atau karakter melalui interaksi mereka dengan figur media. Seseorang akhirnya merasa sudah mengembangkan hubungan dengan karakter atau persona dari figur media yang dimediasi seiring bertambahnya jumlah dan kualitas interaksi tersebut

Mccutcheon dkk., (2002) menjelaskan bahwa *parasocial relationship* dapat dianggap abnormal secara psikologis jika terus terjadi hingga dewasa, apalagi mengabaikan tugas perkembangannya. Menurut Stever (2013), ketertarikan terhadap idola disebut *parasocial relationship*, yaitu respon yang diberikan seseorang kepada tokoh media di televisi seolah-olah tokoh media tersebut benar-benar ada di dalam ruang penonton yang mereka tempati. Ketertarikan pada idola ini masih terjadi di kalangan wanita dewasa awal. Menurut Santrock (2006), masa dewasa awal merupakan masa dimana individu bekerja dan mulai menjalin hubungan dengan lawan jenis.

Dijelaskan oleh Hurlock (2003) bahwa pada masa dewasa awal individu akan mengalami masa keterasingan sosial merupakan berakhirnya pendidikan formal dan memasuki kehidupan dewasa seseorang, yaitu karir, pernikahan dan keluarga maka hubungan individu dengan kelompok temannya akan menjadi berjarak, dan pada saat yang sama, aktivitas sosial juga akan terbatas karena berbagai tekanan pekerjaan dan keluarga.

Menurut Hoffner (2002) individu yang melakukan interaksi parasosial menunjukkan beberapa karakteristik salah satunya adalah individu yang kurang melakukan hubungan sosial. Perempuan dewasa awal yang kurang interaksi sosial

cenderung berhubungan dengan orang lain menggunakan cara yang berbeda, seperti menonton televisi (Hoffner, 2009).

Perempuan cenderung menyukai idola favorit yang berasal dari industri hiburan seperti penyanyi/musisi, aktor dan lainnya. Perempuan memiliki ketertarikan terhadap sosok idola untuk memenuhi impian mereka tentang hubungan romantis yang ideal (Raviv dkk., 1996).

Steuer (2011) menyatakan bahwa ketertarikan yang terbentuk antara penggemar dengan idola favorit akan membentuk perasaan seolah mengenal idola tersebut secara individual dengan penggemar. Penggemar akan memberikan respon pada idola favorit di televisi seperti penggemar berinteraksi dengan orang-orang di sekitar (Schiappa *et al.*, 2005).

Berdasarkan wawancara dengan informan RA, seorang mahasiswa akhir berusia 22 tahun selain sedang mengerjakan skripsi ia juga seorang penggemar K-Pop, informan juga belum menikah. Ia menyatakan bahwa informan sangat tertarik dengan idolanya TXT, BoyNextDoor, Enhypen karena mendekati tipe ideal yaitu sifat, kepribadian yang terbentuk dari idolanya sangat baik. Ia merasa ada keinginan untuk merubah beberapa dari sifat malasnya menjadi pekerja keras seperti idola. Jika ia merasa lelah setelah melakukan aktivitasnya, ia menghabiskan waktu untuk *fangirling*, menonton *Music Video* dan *Variety Show* karena bagi informan idola adalah penghilang stress.

Wawancara dengan informan FP, berusia 22 tahun. Seorang perempuan yang sudah bekerja & belum menikah. Informan mengatakan bahwa ia sangat menyukai idolanya BTS sampai pernah berpikir menginginkan idolanya ada di

dalam kehidupannya. Informan merasa ada beberapa *style* dan sifat yang sama dengan idola. Terkadang saat informan merasa sedih atau marah, informan lebih menonton konten idolanya dan berkomunikasi dengan idola menggunakan aplikasi Weverse karena itu informan merasa dihibur. Ia juga terkadang membayangkan rasanya menjadi orang terdekat dengan idola karena merasa menyenangkan.

Sedangkan wawancara yang ketiga dengan informan FS, berusia 21 tahun seorang mahasiswa dan belum menikah. Informan mengatakan bahwa ia pernah membayangkan bagaimana rasanya menjadi orang terdekat dengan idolanya NCT Dream, membayangkan menjadi orang yang selalu dibutuhkan dan melihat tingkah randomnya. Ketika informan merasa badmood yang ia lakukan untuk membangun moodnya yaitu menonton *variety show* konten idola dan menonton YouTube. Ia juga ingin mempunyai pasangan yang sifatnya seperti idola. Informan menjadikan idola sebagai panutan bahkan kata-kata yang diucapkan bisa menjadi motivasi untuknya. Idola membuat informan nyaman, seolah-olah ia adalah seorang teman atau sahabat.

Setyanto et al., (2017) menjelaskan bahwa dalam interaksi parasosial memiliki efek-efek seperti rasa persahabatan (*sense of companionship*), persahabatan semu (*pseudo-friendship*), pedoman dalam bertingkah laku (*guidelines in behavior*), identitas diri (*personal identity*) dan pemirsa patologis (*pathologic audience*).

Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Auliya & Qodariah (2018) terkait *parasocial relationships* yaitu “Studi Deskriptif Mengenai “Interaksi Parasosial pada Wanita Dewasa Awal di Komunitas Army Bandung“ dari

penelitian tersebut menunjukkan bahwa sebanyak 29 responden (90,6%) termasuk dalam kategori interaksi parasosial yang tinggi, sedangkan 3 responden (9,4%) termasuk dalam kategori rendah. Aspek yang tergolong tinggi adalah *task attraction* dan *romantic attraction*. Hal tersebut berarti, tingkat ketertarikan yang terjadi pada dewasa awal di komunitas Army Bandung merupakan ketertarikan yang intensitasnya dapat mengganggu kehidupan normal mereka.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik melakukan penelitian *parasocial relationship* pada perempuan dewasa awal penggemar K-Pop.

B. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui aspek-aspek *parasocial relationship* pada perempuan dewasa awal *penggemar* K-Pop.

C. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan akan memberikan kajian ilmu dan pengetahuan dalam bidang psikologi sosial mengenai aspek-aspek *parasocial relationship* pada perempuan dewasa awal penggemar K-Pop.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi perempuan dewasa awal penggemar K-Pop

Sebagai bahan informasi dan wawasan tentang gambaran *parasocial relationship* pada perempuan dewasa awal penggemar K-Pop.

b. Bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang melakukan penelitian dengan tema yang sama yaitu *parasocial relationship* pada perempuan dewasa awal penggemar K-Pop.

