

Bab 1 Pendahuluan

Latar Belakang Masalah

Korean Pop merupakan istilah untuk musik populer yang berasal dari Korea Selatan yang dikenal sebagai Kpop. Seperti yang kita ketahui industri Kpop menjadi hiburan yang sangat populer yang mempengaruhi berbagai negara di seluruh dunia yang disebut sebagai *Korean Wave*. Fenomena *Korean Wave* menyebar ke seluruh penjuru dunia termasuk Indonesia, di mana individu menggandrungi para *idol* Kpop lewat gaya yang ditampilkan para *idol*. Seiring menyebarnya budaya Kpop di berbagai negara dunia, banyak penggemar yang terinspirasi oleh daya tarik dari penampilan para *idol* Kpop seperti gaya pakaian, gaya rambut, *make up*, *skincare* dan benda lainnya, sehingga barang yang digunakan oleh *idol* Kpop sering menjadi referensi bagi para penggemar. Keadaan ini pun tidak luput dari strategi pemasaran yang cerdas dari agensi yang menaungi *idol* Kpop tersebut dengan memproduksi musik yang berkualitas tinggi, lagu yang *catchy*, koreografi yang menarik dan konsep yang terstruktur. Oleh karena itu, banyak alasan mengapa banyak orang dari berbagai negara sangat menyukai macam-macam karya yang dibuat oleh *idol* Kpop termasuk Indonesia. Kehadiran *Korean Wave* di Indonesia telah mengubah struktur industri musik di negara ini. Musik Indonesia yang sebelumnya didominasi oleh band dengan formasi pemain alat musik dan satu vokalis, kini mulai bergeser ke arah boyband atau girlband yang menampilkan lagu disertai tarian. Maka perubahan tersebut yang akan menjadi awal terciptanya komunitas penggemar yang disebut sebagai fandom dalam dunia Kpop, seperti *army*, *carat*, *once*, *myday*, *exo-l*, *blink*, *stay*, *nctzen*, *atiny*, *moa*, *plece*, *briize*, *reveluv*, *midzy* dan lain sebagainya.

Media sosial merupakan platform *online* yang sudah menjadi bagian kebutuhan pokok masyarakat sebagai sarana untuk berkomunikasi, bertukar informasi, mendapatkan berita maupun

membangun hubungan sosial. Tidak dapat dipungkiri bahwa pada era ini, media sosial selalu menyediakan fitur-fitur menarik bagi setiap penggunanya. Hal tersebut sejalan dengan survei yang dilakukan pada Januari tahun 2020 yaitu survei *We Are Social* di mana terdapat 175,4 juta pengguna internet di Indonesia, yang berarti bahwa 59% masyarakat Indonesia memiliki akses media sosial.

Satu diantara beberapa media sosial yang paling banyak digunakan para penggemar Kpop ialah aplikasi X atau yang dahulu dikenal dengan Twitter. Berdasarkan dengan laporan Twitter pada tahun 2021 yang dimuat oleh CNN News (2022) bahwa Indonesia menjadi negara dengan jumlah penggemar Kpop terbesar di platform media sosial Twitter, yang selanjutnya diikuti oleh Jepang, Filipina, Korea Selatan, Amerika Serikat, Thailand, Brazil, Meksiko, India dan Malaysia. Selain itu, Indonesia juga tercatat sebagai negara yang paling banyak membicarakan Kpop di Twitter. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa X atau Twitter menjadi platform media sosial yang sering digunakan oleh para penggemar Kpop, di mana para penggemar dapat mengunduh maupun mengupload video dan photo para *idol* Kpop dengan mudah, dapat mencari teman sesama penggemar dan dapat dengan mudah memperoleh informasi terbaru mengenai para *idol* Kpop.

Penggemar Kpop di Indonesia mendapatkan sebagian besar informasi yang mereka butuhkan dari akun-akun resmi maupun akun komunitas penggemar (*Fanbase*) yang menyediakan informasi terbaru, akurat, dan informasi yang dibagikan secara *real-time* di X. Selain itu, terkadang mendapatkan informasi dari akun *Original Poster* (OP) yang membagikan informasi *real-time* langsung dari Korea dan di terjemahkan dengan beberapa bahasa seperti Bahasa Inggris dan juga Bahasa Indonesia. Hal ini yang menyebabkan individu menjadi dekat secara emosional dan lebih akrab dengan idolanya. Fenomena perasaan akrab dengan idola dikenal dengan istilah parasosial.

Istilah parasosial sendiri pertama kali diperkenalkan oleh Horton & Wohl (1956) yang mengungkapkan bahwasanya interaksi parasosial (*parasocial interaction*) merupakan hubungan yang bersifat satu arah, di mana seseorang membentuk ketertarikan dengan persona yang ada pada media seperti artis, *public figure*, dan sebagainya. Sederhananya parasosial bisa dikatakan sebagai hubungan yang bertepuk sebelah tangan, seperti hubungan dengan karakter film, tokoh kartun, pembawa berita, atlet, *influencer*, *host talk show* dan selebriti.

Di Indonesia, penggemar Kpop didominasi oleh remaja. Di mana terdapat survei yang dilakukan terhadap 100 penggemar Kpop di X yang menunjukkan sekitar 57% responden berusia remaja hingga dewasa awal (12-20 tahun), 42% responden berusia 21-30 tahun, dan 1% berusia di atas 30 tahun (Nurani et al., 2017). Masa remaja akhir adalah tahap selanjutnya dalam transisi perkembangan yang mencakup berbagai langkah menuju kedewasaan awal (Curtis & Burns, 2015). Menurut Santrock (2014) salah satu tahapan remaja akhir yaitu terdapat perubahan dalam sosial-emosional, di mana remaja akhir mulai beradaptasi untuk bersosialisasi dengan jangkauan yang lebih luas selain keluarga dan teman di sekolah. Melalui tahapan perkembangan psikososial Erikson, masa remaja berada pada fase *identity* (identitas) versus *identity confusion* (kebingungan identitas) (Papalia et al., 2007). Menurut Erikson, tugas utama remaja ialah mengatasi krisis identitas dan kebingungan identitas, membentuk identitas yang unik bagi dirinya, menjalin hubungan dengan lingkungan untuk memperoleh pengakuan, serta menciptakan hubungan yang bermakna dengan orang lain (Sobh, 2020).

Di studi Giles (2002) ditulis bahwa *parasocial interaction* pada remaja akhir muncul karena pada dasarnya manusia memiliki insting altruis. Insting ini bisa membuat remaja akhir termotivasi untuk membentuk ketertarikan dengan pihak lain walaupun jaraknya berjauhan. Kualitas *parasocial interaction* terkadang bisa lebih memuaskan dibanding interaksi secara

langsung. Berdasarkan hal tersebut *parasocial interaction* memungkinkan remaja akhir untuk merasakan kedekatan emosional dengan tokoh media atau selebriti dan hal tersebut dapat membantu mengurangi rasa kesepian yang dialami oleh remaja akhir dengan memberikan mereka perasaan memiliki "teman" meskipun hubungan tersebut bersifat satu arah.

Horton & Wohl (1956) sebagai pionir pertama yang memperkenalkan parasosial, mengemukakan bahwa individu yang mengalami kesepian akan lebih rentan terhadap *parasocial interaction*. Sejalan dengan teori Greenwood & Long (2009) bahwa *parasocial interaction* ini dapat bermanfaat dalam mengatasi perasaan kehilangan dan kesepian yang dimiliki seorang individu di dunia nyata. Individu yang mengalami kesepian, mempunyai koneksi dan ketertarikan yang sangat besar terhadap idola favoritnya. Semakin tinggi kesepian maka semakin tinggi juga hubungan parasosial (Firdausa & Shanti, 2019).

Remaja akhir pada dasarnya adalah makhluk sosial yang ingin menjalin dan mempertahankan hubungan dengan orang lain, baik itu keluarga, teman atau pasangan. Namun, mereka dapat mengalami perasaan kesepian (*loneliness*), jika kebutuhan mereka akan kedekatan dalam suatu hubungan tidak terpenuhi. (Agustin, 2018). Hubungan sosial yang kurang baik dapat menyebabkan remaja akhir merasa tidak puas dengan hubungan sosialnya yang membuat mereka lebih rentan mengalami perasaan kesepian (*loneliness*). Sesuai dengan penjelasan oleh Tukachinsky tentang hubungan parasosial, yang berarti keterlibatan dengan media yang melibatkan intimasi dan keakraban dengan figur media (Nabilla & Prakoso, 2019).

Loneliness dapat timbul apabila hubungan sosial yang dimiliki tidak memenuhi harapan, baik itu dalam konteks hubungan remaja akhir dengan pasangan, keluarga, maupun teman (O'neil et al., 2014). Ketidakmampuan untuk memenuhi hubungan sosial di dunia nyata membuat remaja akhir beralih ke media sosial sebagai bentuk pelarian (Guo, 2018). Menurut Guo (2018) individu

yang mengalami *loneliness* cenderung memiliki motivasi yang lebih tinggi untuk menggunakan media sosial sebagai sarana memenuhi kebutuhan interaksi mereka. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa di media sosial, remaja akhir dapat berinteraksi secara daring dengan orang lain, yang dapat meningkatkan rasa percaya diri mereka dan menyebabkan mereka merasa lebih terhubung dengan orang lain dibandingkan dengan interaksi di dunia nyata (Destiyan & Coralia, 2020).

Penjelasan di atas memperlihatkan bahwasanya remaja akhir yang memiliki hubungan dengan *public figure* cenderung mencari cara untuk memenuhi kepuasan pribadi mereka. Kepuasan tersebut bisa meliputi pencarian hubungan romantis, mengatasi rasa kesepian, dan merasakan pemahaman, di mana kepuasan tersebut tidak diperoleh individu melalui relasi sosialnya.

Studi awal pada penelitian ini dilakukan kepada 4 orang penggemar Kpop yang merupakan pengguna aktif media sosial X. Penggemar Kpop dengan inisial D, G, H, dan M dengan rentang usia 18-22 tahun yang merupakan remaja akhir mengatakan bahwa dalam sehari mereka melakukan aktivitas parasosial paling sedikit selama 4 jam dan paling lama sampai 15 jam. Aktivitas tersebut meliputi *streaming music video*, mencari *update* kegiatan yang dilakukan *idol* melalui postingan di X, menonton *variety show*, mencoba berinteraksi dengan *idol* dengan harapan akan mendapatkan perhatian, menaikan tagar *hashtag* di X saat *idol* mereka mendapatkan perilaku yang kurang menyenangkan dari agensi naungannya bahkan memikirkan cara unik untuk membantu promosikan *idol* saat melakukan *comeback*.

Penggemar Kpop melakukan aktivitas tersebut dikarenakan merasa kesepian, bosan, tidak ada hal menarik lainnya yang dapat dilakukan, tidak ada orang yang dapat diajak berbicara, dan kurang bisa melakukan interaksi dengan kehidupan sosialnya di dunia nyata. Walaupun *parasocial interaction* ini tidak bertimbal balik tapi dalam prosesnya para penggemar Kpop ini merasa bahwa

kehidupannya menjadi lebih berwarna, merasa terhibur dengan segala aktivitas yang dilakukan *idol* mereka, merasa memiliki *support sistem* yang tidak mereka dapatkan di kehidupan nyata, merasa lebih mudah untuk mendapatkan teman sesama penggemar dan mendapatkan motivasi untuk melakukan hal baik seperti berdonasi.

Berdasarkan studi awal di atas bahwa penggemar Kpop berinteraksi parasosial dengan *idol* karena merasa kesepian di kehidupan sosialnya, mereka merasa ketika berinteraksi parasosial mereka mendapatkan sesuatu hal yang tidak dapat diperoleh di dunia nyata walaupun mereka telah mengetahui bahwa interaksi ini hanya terjadi satu arah (*one-way relationship*) tanpa adanya hubungan timbal balik.

Pembahasan di atas sejalan berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ardian (2023) juga Firdausa & Shanti (2019) yang didapatkan hasil bahwa terdapat hubungan positif antara *loneliness* dengan interaksi parasosial pada penggemar Kpop. Di sisi lain penelitian yang dilakukan oleh Anastasya (2023) mendapatkan hasil bahwa tidak ada hubungan positif antara variabel kesepian dengan variabel interaksi parasosial pada penggemar Kpop. Berdasarkan penelitian terdahulu terdapat perbedaan hasil yang didapatkan sehingga peneliti memutuskan untuk meneliti kembali fenomena dari kedua variabel tersebut. Jika dibandingkan dengan penelitian sebelumnya, penelitian ini lebih berfokus pada remaja akhir pengguna aplikasi X, sehingga hal ini menjadi celah peneliti dalam mengisi gap penelitian.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki hubungan antara dua variabel yaitu *loneliness* dan *parasocial interaction* remaja akhir penggemar Kpop pengguna aplikasi X, sehingga judul yang diangkat adalah “*Hubungan antara Loneliness dengan Parasocial Interaction pada Remaja Akhir Penggemar Kpop Pengguna Aplikasi X*”.

Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang masalah di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Apakah terdapat hubungan antara *loneliness* dengan *parasocial interaction* pada remaja akhir penggemar Kpop pengguna aplikasi X?

Tujuan Penelitian

Setelah didapatkan rumusan masalah dari penelitian ini, maka tujuan penelitiannya adalah: Untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara *loneliness* dengan *parasocial interaction* pada remaja akhir penggemar kpop pengguna aplikasi X.

Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

Kegunaan Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis antara lain dapat memberikan sumber informasi kepada ilmu Psikologi, khususnya Psikologi Sosial yang berkaitan dengan *loneliness* dan *parasocial interaction*, serta berharap bahwa penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan kajian bagi penelitian selanjutnya.

Kegunaan Praktis

a. Bagi Subjek

Melalui penelitian ini diharapkan subjek yaitu penggemar Kpop menambah pengetahuan mengenai *parasocial interaction* yang dibangun dengan idolanya, di mana hal tersebut sangat bermanfaat untuk mengatasi rasa kesepian yang mereka rasakan di dunia nyata.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi bagi peneliti selanjutnya untuk dapat melakukan penelitian yang lebih mendalam mengenai hubungan antara *loneliness* dengan *parasocial interaction* pada subjek yang berbeda.

