

Bab 1 Pendahuluan

Latar Belakang Masalah

Globalisasi membawa dampak yang substansial dalam berbagai aspek kehidupan. Globalisasi menghadirkan aktivitas-aktivitas baru tanpa adanya batasan-batasan geografi, politik, ekonomi, hingga budaya. Hal ini dapat dilihat melalui fenomena *Korean Wave* atau *Hallyu*. Fenomena tersebut merujuk pada kultur Korea seperti film, drama, musik, pakaian, bahasa, hingga gaya hidup. Bermula pada tahun 1990-an, *Korean Wave* atau *Hallyu* tersebar dan menjadi populer melalui pemutaran berbagai K-Drama yang mendapatkan perhatian publik di Korea Selatan. Salah satunya penayangan drama bertajuk “Winter Sonata” yang tayang pada tahun 2002 mendapatkan kesuksesan besar tak hanya di Korea, tetapi mendapatkan popularitas di Jepang. Popularitasnya tersebut membuka kesempatan K-Drama memasuki pasar Asia termasuk negara-negara seperti China, Thailand, & Filipina (Hango, 2025). Peristiwa tersebut membuat *Korean Wave* atau *Hallyu* mulai menarik perhatian global dengan mengembangkan pengaruhnya tersebut melalui musik Korea atau dikenal dengan sebutan K-Pop.

K-Pop menjadi salah satu budaya Korea yang banyak digandrungi di Indonesia. Popularitas K-Pop di Indonesia dari pertengahan tahun 2000-an hingga awal 2010-an dengan BoA, TVXQ, Big Bang, Girls’ Generation, dan 2NE1 sebagai grup-grup yang telah membangun basis penggemar yang kuat. Pada tahun 2012, popularitas K-Pop semakin melonjak setelah kesuksesan ‘*Gangnam Style*’ milik Psy dan hal tersebut memberikan peluang bagi grup-grup lain untuk mengembangkan sayapnya serta menarik perhatian penggemar Indonesia (Wiwoho, Mari'a, & Hanifah, 2024). Saat ini, industri K-Pop mencapai sebuah keberhasilan, hal ini ditunjukkan melalui data yang dilansir dari website resmi pemerintahan Korea Selatan, Korea.Net bahwa jumlah *streaming* K-Pop di seluruh dunia meningkat sebesar 42% dibandingkan periode yang sama di tahun 2022. Tak hanya itu, Indonesia juga menjadi salah satu negara dengan jumlah pendengar K-Pop paling banyak yaitu 7,4 miliar kali dan menduduki peringkat ketiga bahkan peringkatnya tersebut lebih unggul dibandingkan negara Korea Selatan sebagai pionir dari K-Pop itu sendiri (Dasom, 2023).

Popularitas K-Pop di Indonesia yang sangat sangat meningkat tersebut disebabkan oleh beberapa faktor. Pertama, K-Pop memiliki ciri khas dengan berbagai grup idola, seperti *boygroup*, *girlgroup*, dan grup campuran yang terdiri dari laki-laki serta perempuan. Kedua, nilai jual tinggi yang dimiliki K-Pop dengan elemen musik yang berbeda melalui penggabungan musik tradisional Korea. Ketiga, penampilan fisik yang menarik dari para anggota grup baik itu dari *boygroup* maupun *girlgroup* dengan keterampilan vokal dan tari menjadi daya tarik serta simbol yang mencerminkan keindahan serta keunikan kultur Korea

(Rafdinal, Juniarti, & Ardianti, 2023). Selain itu, perkembangan teknologi dan peran penggemar pun menunjang popularitas K-Pop. Para penggemar memanfaatkan media sosial sebagai perantara antara dirinya dengan idolanya sehingga mereka dapat mengetahui informasi terbaru dan perkembangan karier idolanya (Maudiana, Santi, & Ananta, 2023). Akses media sosial yang dapat dilakukan kapan saja dan di mana saja membuat para penggemar memiliki kedekatan dengan idolanya, meskipun kedekatannya hanya melalui media sosial. Paparan media sosial membuat para penggemar merasa sangat mengenal idolanya baik dari penampilan, gaya hidup, hingga hal-hal yang disukai bahkan yang tidak disukainya. Idola merujuk pada individu yang sangat disukai oleh penggemarnya (Nurdin, 2020). Para penggemar K-Pop cenderung memiliki idola dari grup yang mereka sukai dan idola tersebut mendapatkan dukungan serta perhatian lebih dibanding anggota yang lain dari penggemarnya tersebut. Peristiwa saat individu merasa mengenal idola secara personal disebut dengan istilah interaksi parasosial.

Konsep interaksi parasosial telah dikenalkan oleh Horton dan Richard Wohl pada tahun 1956 untuk mendeskripsikan interaksi yang terjadi antara pengguna media dengan figur media. Pada konteks ini, pengguna media merujuk pada penggemar K-Pop dan figur media ditujukan pada idola K-Pop. Interaksi parasosial mulanya terjadi melalui media massa seperti radio, televisi, dan film. Media massa tersebut memberikan ilusi interaksi timbal balik dengan figur medianya, tetapi nyatanya, interaksi tersebut bersifat satu arah, *non-dialectical*, dikontrol oleh figur media, dan tidak dapat berkembang (Horton & Wohl, 1956). Harvey dan Manusov pun menyatakan bahwa interaksi parasosial berkaitan dengan hubungan persahabatan yang terjalin dengan tokoh sosial yang ada di media, biasanya didasarkan dengan adanya ikatan afektif yang dirasakan individu terhadap figur media terkait (Siahaan, Iswari, & Marpaung, 2023). Figur media tersebut secara sengaja menggunakan berbagai kalimat personal untuk berinteraksi dengan penggemarnya dengan mengatur tanggapan yang diberikannya sedemikian rupa (Hartmann & Goldhoorn, 2011). Hal tersebut memunculkan beberapa bentuk keterlibatan pengguna media sehingga menjadikan figur media sebagai *role model*, teman, hingga berkeinginan untuk bertatap muka secara langsung dengan mereka (Rubin, Perse, & Powell, 1985). Setelahnya, penyebutan mengenai figur media dan pengguna media dalam penelitian ini akan menggunakan istilah penggemar K-Pop dan idola.

Para penggemar K-Pop tersebut menciptakan suatu komunitas untuk memudahkan mereka berkomunikasi dan saling bertukar informasi terkait idolanya. Komunitas penggemar tersebut memunculkan loyalitas dan keakraban antar penggemar karena didasari ketertarikan yang sama melalui media sosial. Tak hanya sekedar itu, aktivitas lain yang dilakukan para

penggemar pun sangat beragam, mulai dari *streaming* bersama untuk meningkatkan jumlah *viewers* video musik, memberikan *vote* dalam ajang penghargaan, hingga mengikuti *fan project*. Hasil penelitian Wardani & Kusuma (2021) pun menyatakan bahwa para penggemar memanfaatkan media sosial, salah satunya ialah X (Twitter) untuk saling bertukar informasi dan berdiskusi mengenai hal yang berkaitan dengan idolanya serta menggunakan frasa tertentu yang hanya dipahami oleh sesama penggemar untuk diskusi tersebut. Tak hanya untuk saling bertukar informasi dengan sesama penggemar, mereka juga senantiasa berkomunikasi dengan idolanya. Hal tersebut terjadi saat idola mereka sering mengunggah aktivitasnya sehingga memunculkan rasa kedekatan dengan idola tersebut, tetapi nyatanya, kedekatan tersebut hanyalah semu atau bersifat satu arah dan hanya penggemar saja yang merasakannya (Sari, Purwanti, Nurliah, 2022). Para penggemar pun seringkali memberikan reaksi berlebihan dan mengacu pada fanatisme serta mengarah pada tindakan fisik maupun psikis sehingga muncul keinginan untuk bertemu, berfoto bersama, memeluk, mencium, hingga menggigit idola mereka karena adanya daya imajinatif penggemar K-Pop terhadap idolanya (Wardani & Kusuma, 2021).

Meski begitu, adapula penggemar yang tak hanya memanfaatkan media sosial untuk berkomunikasi dengan idola maupun antar penggemar, mereka senantiasa melakukan berbagai aktivitas seperti, *project*, *gathering*, *birthday event*, & kegiatan sosial lainnya. Misalnya, dilansir dari Liputan6, ARMY Indonesia melakukan proyek amal berupa penggalangan dana untuk para korban tragedi Kanjuruhan pada 3 Oktober 2022, mereka berhasil mengumpulkan dana sekitar Rp. 447. 415. 115 melebihi target yaitu 400 juta. Adapula *birthday event* Wooyoung Ateez yang dilakukan oleh akun X (Twitter) @lovelywuyo pada tanggal 30 November 2024 di Scha Brasserie, Blok M. Acara ini berupa *mini exhibition* yang memperlihatkan diskografi dan foto-foto Wooyoung mulai dari era *pre-debut* hingga *comeback* album terbarunya yaitu Golden Hour Part.1 (Rokhmawati, 2024). Hal ini tak hanya memperlihatkan kecintaan pada idola mereka, tetapi juga menunjukkan sisi positif dari interaksi parasosial.

Berbagai kegiatan tersebut memunculkan beragam perilaku yang muncul dalam peristiwa yang sama. Cara penggemar mengekspresikan dukungan terhadap idolanya tersebut bervariasi. Kelompok yang lebih aktif di media sosial senantiasa membangun interaksi melalui media sosial sehingga para penggemar berkomunikasi dengan cara yang tidak langsung. Sedangkan, terdapat penggemar yang terlibat dalam aktivitas yang lebih sering berinteraksi secara langsung dan melibatkan kontak fisik antar penggemarnya. Hal tersebut pun ditunjukkan oleh hasil penelitian dari Siswoyo, Daranindra, & Abidin (2024) bahwa 5 dari 6 subjeknya

merasa memiliki kesempatan untuk memperluas relasi setelah menjadi penggemar K-Pop, tetapi 1 subjek menyatakan bahwa dirinya menjadi lebih tertutup dari teman-teman sekitarnya. Hal ini menunjukkan bahwa peristiwa yang sama pun dapat memberikan dampak yang berbeda bagi setiap individu. Selain itu, adapula temuan dalam penelitian yang dilakukan oleh Stever (2011) bahwa seorang perempuan berusia 28 tahun beranggapan jika romansa yang tidak 'nyata' lebih baik daripada tidak memiliki romansa sama sekali. Pada beberapa tahap, pengalaman romansa yang tidak 'nyata' terkadang bisa memuaskan. Ketika hubungan nyata sulit untuk diwujudkan, sebagian penggemar memilih interaksi parasosial sebagai bagian utama dalam hidup mereka, meskipun mereka menyadari bahwa hal tersebut tidak akan menjadi kenyataan.

Penelitian mengenai interaksi parasosial telah banyak dilakukan, salah satunya ialah "*Hiperrealitas dalam Interaksi Parasosial pada Mahasiswa Penggemar K-Pop di Yogyakarta (Studi Fenomenologi)*" oleh Kristya & Sarwono (2024) yang memiliki hasil bahwa ketertarikan individu terhadap K-Pop dan menjadi penggemar bermula dari perilaku positif yang dimunculkan dari idola tersebut, K-Pop pun senantiasa dijadikan sebagai cara untuk menghadapi masalah sehari-hari sehingga memunculkan makna mendalam terhadap idola dengan adanya fenomena hiperrealitas. Adapun penelitian mengenai "*Interaksi Parasosial pada Penggemar K-Pop di Kalimantan Selatan*" oleh Rahmawati & Hermina, (2024) yang menunjukkan bahwa terdapat bentuk perilaku interaksi parasosial yang muncul dari subjek diantaranya *task attraction* berkaitan dengan daya tarik dan keterampilan yang dimiliki idolanya, *identification attraction* yang berkaitan dengan *similarity* dengan idolanya, dan *romantic attraction* dengan adanya ketertarikan subjek terhadap fisik idolanya. *Romantic attraction* pun menjadi bentuk perilaku yang paling sering muncul dari subjek.

Interaksi parasosial dipandang wajar jika terjadi pada masa remaja karena individu senantiasa dalam fase mencari identitas diri, seperti yang diungkapkan oleh (Maltby, Houran, Lange, Ashe, & McCutcheon, 2002) bahwa aktivitas pengidolaan ini umumnya normal terjadi di masa remaja, tetapi akan berkurang seiring bertambahnya usia. Meski begitu, kenyataannya masih banyak individu dewasa yang tetap memiliki keterlibatan cukup intens dengan idolanya termasuk melakukan berbagai kegiatan yang berkaitan dengan idolanya. Hal ini didukung oleh data dari IDN Times yang melakukan survei elektronik sepanjang Desember 2018 hingga Januari 2019 ke seluruh Indonesia dengan melibatkan 580 responden. Hasil survei tersebut menyatakan bahwa mayoritas penggemar K-Pop ialah wanita dengan persentase sebanyak 92,1% dan rata-rata usianya yaitu 20-25 tahun. Apabila diperhatikan dari fase perkembangan, usia tersebut telah masuk pada fase dewasa awal. Idealnya, individu dewasa awal telah

menyelesaikan pertumbuhannya dan siap untuk hidup bermasyarakat bersama dengan individu dewasa lainnya (Hurlock, 1996). Erik Erikson (dalam Monks, Knoers, & Haditono 2001) pun menyatakan bahwa dewasa awal merupakan tahapan awal individu dalam kehidupan dengan hubungan dekat, hangat, dan komunikatif dengan atau tidak melibatkan kontak seksual. Dewasa awal merupakan fase saat individu berada pada tahap perkembangan psikososial *intimacy vs isolation*. Mereka siap untuk mencapai *intimacy* yaitu kemampuan untuk berkomitmen pada suatu hubungan dan mempertahankan komitmen, meskipun memerlukan pengorbanan sedangkan apabila individu dewasa awal tidak dapat memenuhi hal tersebut, maka ia akan melakukan penghindaran terhadap interaksi atau *isolation* sehingga memungkinkan adanya perilaku maladaptif seperti perasaan acuh tak acuh, kesepian, serta mengisolasi diri dari cinta (Erikson, 1963). Dalam membangun hubungan kedekatan atau mencapai *intimacy* tersebut, individu harus memiliki keterbukaan diri, empati, kemampuan untuk mengkomunikasikan emosi, *problem solving* hingga melibatkan komitmen. Membangun hubungan atau memperluas relasi memegang peranan sangat penting dalam usia dewasa awal karena berkaitan dengan perkembangan sosial.

Perkembangan sosial merupakan proses individu dalam mempelajari, mengembangkan keterampilan, perilaku, dan hubungan interpersonal yang memungkinkan untuk berinteraksi secara efektif dengan orang lain dalam masyarakat. Individu yang memiliki perkembangan sosial yang baik dapat dilihat dari *social skill* yang ditunjukkannya (Ningsih, 2024). *Social skill* merujuk pada perilaku yang dapat diterima secara sosial dengan kemampuan untuk memahami ekspektasi sosial (Jurevičienė, Kaffemanienė, & Ruškus, 2012). *Social skill* dapat membantu individu untuk berkomunikasi secara efektif dan menghindari respon yang tidak dapat diterima secara sosial.

Berdasarkan hal tersebut, peneliti pun telah melakukan studi awal kepada penggemar K-Pop dan ditemukan masalah yang berkaitan dengan *social skill*. Terdapat 3 orang subjek yang telah diajukan beberapa pertanyaan mengenai keterlibatannya dengan idola mereka. subjek pertama, R yang berusia 21 tahun dan telah menjadi penggemar K-Pop selama 8 tahun. Mulanya, ia dikenalkan dengan K-Pop oleh adiknya, R menyatakan bahwa hal tersebut membuatnya menjadi ingin mencari tahu lebih dalam mengenai K-Pop. Ia mulai mencari informasi mengenai grup-grup K-Pop, menonton kontennya hingga ia menjadi penggemar dari BTS yaitu ARMY. Tak hanya BTS, saat ini, ia menjadi penggemar dari beberapa *boygroup* seperti SEVENTEEN, TXT, NCT, hingga BOYNEXTDOOR. Semakin banyaknya grup yang ia sukai, tak membuat rasa suka terhadap BTS itu berkurang, terutama pada Kim Taehyung atau V. Ia menyatakan bahwa dirinya memiliki keinginan untuk bertemu dengan idolanya dan

seringkali merasa lebih emosional jika ada beberapa kegiatan yang berkaitan dengan idolanya tersebut, salah satunya adalah berita wajib militer dari Kim Taehyung yang dapat membuatnya menangis serta adanya rasa rindu terhadap idolanya tersebut. subjek R menyatakan bahwa adanya pengaruh terhadap kehidupannya selama menjadi penggemar K-Pop yaitu ia menunda untuk berinteraksi dengan lawan jenis dalam konteks yang lebih serius karena masih memikirkan idolanya dan adanya rasa malu serta canggung saat memulai interaksi dengan orang lain.

Subjek kedua, S yang berusia 20 tahun dan telah menjadi penggemar K-Pop selama 7 tahun. Ia mengenal K-Pop berawal dari kegemarannya membaca novel maupun cerpen secara *online* melalui aplikasi Wattpad. Ia menemukan salah satu novel dengan visualisasi karakter dari anggota *boygroup* NCT yaitu Renjun. Hal tersebut membuatnya menjadi penggemar dari NCT yang dikenal dengan sebutan NCTzen. S pun menyatakan bahwa dirinya sempat kehilangan minat terhadap K-Pop karena kesibukannya saat menjelang ujian sekolah SMP dan mulai kembali lagi menggemari K-Pop di kelas 2 SMA sampai saat ini, bahkan kini dirinya pun menjadi penggemar dari *boygroup* SEVENTEEN. Selama menjadi penggemar K-Pop, S menyatakan bahwa idolanya seringkali dijadikan sebagai bahan halusinasi dan menganggapnya sebagai teman, sahabat, bahkan pacar. Di sisi lain, S yang notabeneanya sebagai penggemar K-Pop menyatakan bahwa ia lebih sering mengandalkan dirinya sendiri dan menganggap dirinya kurang bisa bersosialisasi serta terbuka terhadap orang lain.

Subjek ketiga, M yang berusia 21 tahun dan telah menjadi penggemar K-Pop selama 7 tahun. Saat itu, ia tidak memiliki ketertarikan terhadap K-Pop, tetapi saat teman-temannya mulai mengenalkan K-Pop kepadanya, ia mulai penasaran hingga akhirnya mencari informasi terkait K-Pop dan menjadi ARMY, penggemar dari *boygroup* BTS. M menyatakan bahwa BTS berbeda dengan *boygroup* lainnya, BTS memiliki berbagai lagu yang bertemakan kisah hidup bahkan motivasi sehingga dirinya seringkali merasa terhubung dengan BTS melalui lagunya tersebut. Selama menjadi penggemar K-Pop, ia pun merasa tak masalah jika tidak ada teman karena M menganggap bahwa ia masih memiliki BTS yang dapat menemaninya, terutama Kim Namjoon.

Berdasarkan respon dari ketiga subjek tersebut, dapat disimpulkan bahwa mereka memiliki pengalaman yang berbeda-beda dalam menggemari K-Pop, ada yang mengenal K-Pop melalui adiknya, temannya, bahkan melalui novel. Makna terhadap idolanya pun berbeda-beda, ada subjek yang menganggap idolanya itu sebagai teman, kakak-adik, hingga dalam hubungan romantis sekalipun. Namun, di sisi lain, ada hal serupa yang dialami oleh ketiga subjek tersebut, mereka memiliki keengganan untuk bersosialisasi dengan orang lain, lebih

mengandalkan dirinya sendiri bahkan menunda untuk berinteraksi dengan lawan jenis karena masih memikirkan idolanya tersebut. Maka, hal ini membuktikan bahwa interaksi parasosial berdampak pada kehidupan sosial mereka. Individu yang kurang nyaman berinteraksi dalam kehidupan nyata beralih ke media sosial untuk memenuhi kebutuhan hubungan emosional, seperti keintiman dan persahabatan (Mustafa & Halimah, 2018).

Dalam konteks penggemar K-Pop yang berusia dewasa awal, aktivitas pengidolaan dapat menjadi salah satu cara dalam mengembangkan *social skill* untuk menunjang perkembangan sosial mereka. Hal ini dapat ditempuh melalui berbagai aktivitas yang melibatkan interaksi antar penggemar. Namun di sisi lain, aktivitas pengidolaan ini juga dapat membuat penggemar menjadi terlena dengan idolanya dan mengabaikan lingkungan sekitarnya.

Maka dari itu, muncullah pertanyaan mengenai bagaimana *social skill* pada wanita dewasa awal penggemar K-Pop yang terlibat interaksi parasosial. Penelitian ini berfokus untuk memahami pentingnya *social skill* sebagai basis komponen dalam perkembangan sosial pada individu dewasa awal sehingga diharapkan dapat meningkatkan pula kesadaran individu untuk memperhatikan tugas-tugas perkembangannya. Penelitian ini pun memiliki tujuan untuk memberikan gambaran *social skill* pada individu dewasa awal yang terlibat interaksi parasosial beserta faktor-faktor yang mempengaruhinya.

Dengan demikian, penelitian ini berjudul **“Gambaran *Social Skill* pada Wanita Dewasa Awal Penggemar K-Pop yang Terlibat Interaksi Parasosial”**

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka rumusan masalah dari penelitian ini ialah bagaimana gambaran *social skill* pada wanita dewasa awal penggemar K-Pop yang terlibat interaksi parasosial?

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran *social skill* pada wanita dewasa awal penggemar K-Pop yang terlibat interaksi parasosial.

Kegunaan Penelitian

Penelitian ini memiliki kegunaan, baik itu secara teoritis maupun praktis. Kegunaan teoritis berkaitan dengan kontribusi jangka panjang terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, sedangkan kegunaan praktis terkait dengan manfaat dalam pemecahan masalah.

Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya atau menambah pengetahuan khususnya dalam bidang psikologi sosial terutama yang berkaitan dengan *social skill* pada wanita dewasa awal penggemar K-Pop yang terlibat interaksi parasosial. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi peneliti lain yang ingin mengembangkan penelitian serupa.

Kegunaan Praktis

Selain kegunaan teoritis, penelitian ini memiliki kegunaan praktis antara lain:

1. Bagi penggemar K-Pop. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai perilaku parasosial yang mereka alami sehingga dapat mengenali karakteristik perilaku secara lebih sadar. Selain itu, penelitian ini juga menekankan pentingnya memperhatikan tugas perkembangan yang relevan pada setiap fase usia mereka.
2. Bagi masyarakat umum. Penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam mengurangi stereotip terhadap penggemar K-Pop dan budaya populer Korea secara umum serta memberikan informasi dan acuan mengenai pentingnya *social skill* dalam membentuk hubungan sosial.

