

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kelekatan yang terbentuk pada penggemar terhadap artis yang disukainya membentuk perasaan seperti mengenal artis tersebut secara personal pada diri penggemar. Hal ini yang membuat penggemar lebih mengenal banyak orang secara tidak nyata dibandingkan dengan hubungan interpersonal secara langsung (Hoffner, 2009). Interaksi parasosial merupakan pemberian respon oleh seseorang atau individu kepada figur melalui media yang seakan-akan bahwa figur tersebut berada dalam suatu ruangan tempat individu berada, media yang digunakan dapat merespon secara otomatis atas komenan pada penampilan dari figur baik secara verbal dan nonverbal (Farkhah et al., 2022). Dilansir oleh *We Are Social* pada Januari 2021 terdapat lima media sosial teratas yang memiliki intensitas tinggi diakses oleh masyarakat Indonesia dengan rentang usia 16 tahun - 64 tahun, yaitu Youtube, Whatsapp, Instagram, Facebook, dan Twitter. Dengan pengguna remaja media sosial tersebut mencapai lebih dari 43,2% di Indonesia (Mufid, 2021). Dan menurut data yang telah di rilis oleh Twitter Indonesia, Indonesia berada di urutan pertama dalam daftar negara dengan volume Tweet tentang K-Pop di Twitter (Tashandra, 2021).

Pertiwi (2018) menjelaskan bahwa kepopuleran K-Pop membuat para penggemar yang begitu mencintai mereka tanpa sadar berperilaku berlebihan yang hingga menyebabkan idolanya bisa tanpa sengaja terluka atau cedera ringan akibat antusiasme penggemar itu sendiri. Perilaku penggemar tersebut pada akhirnya dapat menimbulkan perilaku fanatisme yang diakibatkan oleh komoditas budaya pop (Tartila, 2013). Penelitian yang dilakukan oleh Gracelyn

dan Sandy menyebutkan bahwa rata-rata fans *K-Pop* berselancar di media sosial selama 1 – 6 jam per hari untuk mencari informasi tentang idola mereka (Novalika & Kartasasmita, 2022). Saat ini menonton berlebihan yang merupakan bentuk dari kecanduan media sosial berpengaruh besar dan mengganggu fungsi pendidikan, pekerjaan, dan sosial seseorang (De Bérail & Bungener, 2022). Hubungan emosional yang mendalam antara penggemar dan idolanya, yang kadang-kadang berkembang menjadi perilaku berlebihan. Penggemar yang terlibat dalam *parasocial interaction* ini, tanpa disadari, dapat memperlihatkan perilaku yang ekstrem atau fanatik, yang pada gilirannya dapat berdampak negatif pada keseimbangan kehidupan sosial dan psikologis penggemar. Interaksi parasosial memungkinkan penggemar untuk merasa seperti mereka memiliki hubungan personal dengan idola, meskipun idola tersebut tidak pernah berinteraksi langsung dengan mereka.

Parasocial interaction yang dialami oleh individu dipengaruhi oleh beberapa faktor, termasuk adanya keinginan untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan yang terkait dengan hubungan sosial, emosional dalam diri mereka, kesamaan dengan idola, keinginan untuk beridentifikasi, serta adanya komunikasi antar penggemar (Pratama & Winduwati, 2021). Firdaus dan Shanti (2019) menyatakan bahwa salah satu faktor yang memengaruhi perilaku parasosial adalah perasaan kesepian (*loneliness*). Pada penelitian yang dilakukan oleh Laksono dan Noer (2021) menyatakan bahwa individu yang telah menerima respons negatif dari lingkungan sosialnya akan merasakan kesepian. Penelitian Rarung et al., (2024) menunjukkan bahwa remaja yang kesepian atau memiliki emosi negatif cenderung mencari hiburan di dunia maya melalui media sosial.

Loneliness dipilih sebagai variabel bebas karena penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku parasosial yaitu kesepian yang dialami oleh seorang individu. Selanjutnya, berdasarkan hasil penelitian dari Baumeister dan Leary (1995) yang menjelaskan bahwa manusia memiliki kebutuhan fundamental untuk merasa terhubung dengan individu lain, yang jika tidak terpenuhi, dapat menimbulkan merasa terasingkan dan kesepian. Media sosial yang digunakan dewasa awal untuk menghibur dan mengisi kekosongan menyediakan konteks yang relevan untuk menilai bagaimana individu memanfaatkan media sosial untuk memenuhi kebutuhan dari perasaan kesepian mereka. Selain itu, terdapat jurnal pendukung lain yang relevan adalah penelitian dari (Nowland et al., 2018) yang meneliti hubungan antara media sosial dan kesepian, serta bagaimana interaksi virtual dapat memediasi perasaan keterhubungan atau justru memperburuk rasa kesepian. Studi di Amerika Serikat menunjukkan peningkatan kesepian sejak awal 2020, terutama pada usia 18-25 tahun (Weissbourd et al., 2021). Melansir dari Statista (2024) hingga Februari 2022, Indonesia memiliki sekitar 167 juta pengguna media sosial aktif, menempati peringkat ketiga di Asia Pasifik, setelah Tiongkok dan India, dan terbesar di Asia Tenggara. Sementara dari segi umur sendiri, pengguna media sosial didominasi oleh usia 18-34 tahun (54,1%), dengan jenis kelamin perempuan (51,3%) sementara laki-laki (48,7%).

Penggemar K-pop dengan inisial P, F, dan A menyatakan bahwa mereka bisa menghabiskan hingga 7 jam dalam sehari atau bahkan sepanjang hari untuk melakukan aktivitas parasosial. Mereka melakukan hal ini karena merasa kesepian (*loneliness*), tidak memiliki sistem dukungan, dan meskipun telah berusaha sebaik mungkin, mereka merasa tidak mendapatkan timbal balik yang

sesuai harapan. Mereka juga merasa terasing meskipun dikelilingi banyak orang, kesulitan dalam membangun hubungan dengan lawan jenis dan orang sekitar, serta tidak memiliki teman untuk berbagi cerita. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti terhadap beberapa penggemar *K-pop*, fenomena perilaku interaksi parasosial yang terjadi pada penggemar *K-pop* sejalan dengan temuan wawancara yang dilakukan peneliti terhadap penggemar *K-pop* di media sosial.

“Dengan adanya mereka aku lebih bisa berekspresi dan ngerasa gak sendiri, karna aku sendiri orangnya minderan, gak banyak temen, kurang percaya diri kalo tampil di depan orang banyak, dan orangnya kurang termotivasi, tapi setelah mengenal K-Pop aku jadi lebih semangat, kalo mula ngerasa kesepian aku bakal buka hal-hal tentang mereka dan itu ngebantu banget karna aku jadi semangat. Dan karna banyak temen-temen dari fandom yang sama aku gak perlu ngerasa sendiri juag lebih leluasa dan bisa menulis ataupun posting tentang idol yang aku sukai.” (Wawancara personal pada P)

“Karna aku anak rantau jadi disini ngekos aku lebih banyak kesepian dan bosennya, juga aku gak terlalu suka dunia luar, palingan dunia luarnya cuman seputar K-Pop aja, nah itu baru semangat banget kalo ada event-event K-Pop bakal selalu aku datengin, dan aku juga ada idol yang paling aku sukai banget. Di tengah banyaknya idol-idol baru aku tetep sama idol ini terus karna emang suka dari dulu dan dia tipeku banget. Sesuka itu sampai barang apapun yang berbau dia harus aku beli. Yah namanya suka dan udah biasa di dunia perK-Pop an bucin sampai ngerasa dia pacarku jadi yaudah aku emang sering gitu uploat di sosmedku tentang dia, dia baru update konten aku selalu histeris dan langsung ikut update juga di sosmedku. Emang udah paling bener dah bucinin dan haluin mereka karna ga ada yang ngerebut dan bikin bahagia banget.” (Wawancara personal pada F)

“Aku gak terlalu banyak temen, juga gak terlalu percaya diri kalo tampil di publik, jadinya sering banget ngerasa gak punya siapa-siapa dan lingkungan kurang cocok sama aku. Dengan adanya mereka bener-bener ngabantu banget buat aku yang sering ngerasa kesepian dan kekosongan ini terisi karna mereka. Karna aku sering ngerasa kesepian dan kek sendiri terus jadi sering bayangin mereka kalo jadi pacarku beneran, bahkan mereka jadi tipe ideal pasanganku hehe. Ngerasa kalo capek, mulai kesepian, ataupun kek gak berarti ya langsung auto nyetel lagu mereka dan nonton konten-kontennya, akhirnya aku jadi semangat lagi dan ngerasa hidup lagi. Mereka bener-bener nemenin pas aku lagi ngerasa kayak gitu. Bahkan aku sering membuat tulisan di privat sosmedku yang kebanyakan followernya sesame K-Popers tentang dia dan aku, ya namanya juga suka banget tapi seru. Acara mereka bener-bener nemenin banget, berasa kayak nyata.” (Wawancara personal pada A).

Pada penelitian sebelumnya, Oelfy (2015) meneliti pengaruh *attachment style* dan *loneliness* terhadap interaksi parasosial penggemar *K-Pop* yang menghasilkan arah hubungan yang negatif. Selanjutnya, penelitian dari Ardian (2023) meneliti korelasi terhadap *loneliness* dengan interaksi parasosial di Kota Medan hasil yang menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan antara perasaan kesepian dan interaksi parasosial. Berdasarkan penelitian terdahulu, menunjukkan bahwa keduanya memiliki hasil yang berbeda, perbedaannya terletak pada nilai korelasi. Kemudian, penulis mengusulkan untuk melakukan pengujian ulang dengan mengubah hubungan menjadi pengaruh *loneliness* terhadap *parasocial interaction* pada penggemar *K-Pop* media sosial di Kota Malang. Alasan penelitian dilakukan di media sosial disebabkan oleh jumlah pengguna internet dan teknologi di kalangan dewasa awal di Malang mengalami peningkatan signifikan menurut (Irawati & Maulidya, 2023). Oleh karena itu, Kota Malang menjadi lokasi untuk menguji pengaruh *loneliness* terhadap *parasocial interaction*, dengan harapan hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan yang lebih kontekstual dan relevan terhadap populasi dewasa awal di Malang.

Penelitian-penelitian yang ada dan telah dilakukan, masih terdapat ketidakselarasan atau *research gap* yang ditunjukkan dari hasil penelitian. Penelitian-penelitian sebelumnya berfokus pada penelitian *parasocial interaction* penggemar *K-Pop* secara umum dan berbasis salah satu gender, sedangkan kebaharuan dalam penelitian ini adalah peneliti akan menguji dan membahas pengaruh *loneliness* terhadap *parasocial interaction* yang hanya berfokus pada penggemar *K-Pop* pada media sosial di kota Malang.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang sudah dipaparkan, penulis ingin melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *loneliness* terhadap *parasocial interaction* penggemar *K-Pop* pada Media Sosial di Kota Malang”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka peneliti merumuskan masalah dalam penelitian ini adalah “Apakah terdapat pengaruh *loneliness* terhadap *parasocial interaction* penggemar *K-Pop* pada media sosial di Kota Malang?”

C. Tujuan Penelitian

Dengan mengacu pada rumusan masalah sebelumnya, maka dapat diketahui tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti yaitu untuk mengetahui adanya pengaruh *loneliness* terhadap *parasocial interaction* penggemar *K-pop* pada media sosial di Kota Malang.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah dipaparkan, maka dapat diambil beberapa manfaat dari penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat memberikan pengetahuan yang baik kepada para pembaca mengenai *loneliness* dan *parasocial interaction*.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat membekali mahasiswa Psikologi Universitas Merdeka Malang dengan referensi psikologis sosial yang dapat membantu dalam memahami bidang psikologis sosial, khususnya *loneliness* dan *parasocial interaction*.

- c. Penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai tinjauan serta dapat dijadikan bahan perbandingan dalam penelitian selanjutnya, khususnya penelitian yang berkaitan dengan *loneliness* dan *parasocial interaction*.

2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman tentang *loneliness* dan *parasocial interaction*, sehingga remaja lebih bijak dalam mempertimbangkan perilakunya dalam kehidupan sehari-hari. Diharapkan juga dapat membantu mengurangi serta mencegah terjadinya perilaku *parasocial interaction* yang berlebihan.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan refleksi agar dapat membentuk mahasiswa sebagai pribadi yang mudah mempertimbangkan perilakunya dan dapat menyesuaikan penggunaan media sosial.