

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Selebriti atau *public figure* merupakan seseorang yang kehidupannya akan selalu menjadi konsumsi publik. Baik atau buruk yang dilakukan selebriti akan selalu menjadi bahan perbincangan di kalangan masyarakat luas. Namun selebriti tidak akan besar namanya tanpa prestasi yang torehkan. Tidak hanya prestasi, nama selebriti akan semakin besar ketika memiliki penggemar yang selalu mendukung karir. Selebriti seolah menjadi seorang yang nyaris sempurna dalam media massa, sehingga sering dijadikan contoh oleh para penggemar. Daya tarik yang dimiliki selebriti memberikan pengaruh yang cukup besar hingga memunculkan perasaan ketertarikan yang mendalam bagi penggemar.

Berbagai bentuk perilaku pengidolaan yang dilakukan penggemar, diantaranya menyukai selebriti karena penampilan fisik, peran yang dimainkan hingga kegiatan sehari-hari selebriti yang diikuti oleh penggemar tersebut. Penggemar rela menghabiskan uang dan waktu untuk membeli semua karya, berkunjung ke lokasi syuting, atau menonton konser sampai diluar kota atau sang idola. Tiket konser musik sejumlah selebriti dalam negeri maupun mancanegara selalu habis terjual meskipun harga tiket mencapai ratusan ribu hingga jutaan. Merdekawan (2016) mengungkapkan bahwa mini konser yang digelar oleh Aliando Syarief pada Januari 2015 di Jakarta habis terjual padahal pihak penyelenggara memberi harga Rp150.000 untuk kelas reguler hingga Rp500.000 untuk VVIP. Konser *boyband* asal Korea Selatan yaitu BTS pada April 2017 di Jakarta juga berhasil menjual tiket hanya dalam beberapa jam dengan harga Rp500.000,00 hingga Rp3.0000.000,00 (Ajeng, 2017)

Fenomena tersebut disebabkan oleh pengaruh media. Peran media mampu membuat kesan seolah penggemar dekat dengan selebriti. Kehidupan selebriti yang menjadi konsumsi publik akan menimbulkan empati publik melalui acara *reality show*, *infotainment*, dan *talkshow* dengan selebriti favorit. Perkembangan internet saat ini membuat penggemar semakin mudah untuk mengakses informasi

terkini mengenai selebriti favorit. Selebriti yang mengunggah kegiatan sehari-hari melalui jejaring sosial seperti Twitter dan Instagram membuat penggemar merasa lebih mengetahui tentang kehidupan idola. Youtube juga membuat penggemar semakin dekat dengan video blog atau *vlog* yang diunggah idolanya. Perasaan keterikatan yang mendalam antara penggemar dengan idolanya disebut parasosial.

Brown (Hoffner, 2009) menjelaskan bahwa hubungan parasosial merupakan ikatan antara pemirsa dengan selebriti yang terjadi melalui media noninteraktif seperti televisi, film, buku, dan lain-lain. Cohen (2004) mengungkapkan bahwa hubungan parasosial merupakan hubungan semu yang terjadi hanya ada dalam pemikiran pemirsa saja. Menonton acara *talkshow* atau *reality show* membuat pemirsa merasa seolah-olah sedang berkomunikasi secara langsung tanpa perantara figur media masa. Jejaring sosial seperti Twitter dan Instagram memungkinkan selebriti sedikit memberikan *feedback* kepada para penggemarnya yang berusaha untuk berinteraksi dengan mereka. Membalas *tweet* atau sekedar mengomentari postingan foto selebriti dan ada balasan dari selebriti. Hal tersebut memunculkan perasaan seolah penggemar telah melakukan komunikasi secara langsung dengan selebriti favorit. Giles (2009) mengungkapkan bahwa penggemar tersebut berilusi bahwa selebriti favorit juga mengetahui keberadaan mereka seperti mereka yang mengetahui tentang selebriti favorit.

Valkenburg dan Soeters (Hoffner, 2009) mengungkapkan bahwa faktanya hubungan parasosial dapat berkembang melalui situs penggemar (*fan sites*), *official account* idola, dan cerita fiksi yang dibuat penggemar (*fan fiction*). Hal ini dapat meningkatkan rasa kepercayaan diri penggemar dalam memahami dan memprediksi perilaku idolanya dan meningkatkan kelekatan parasosial.

Sebagaimana hasil wawancara peneliti dengan beberapa perempuan dewasa awal anggota penggemarclub, sebagai berikut:

“.... Nah pertama kali tu ya ketemu di lokasi syuting pas GGS. Prilly juga baik banget. Jadi aku gamau kalo ada yang nyakitin Prilly. Dah gitu, aku dapet banyak saran juga dari Prilly. Itu juga yang ngebuat aku mau aktif di Prillvers dan ngadain gathering tiap bulan”

(T, 23 tahun)

“Apa ya, awalnya ya dari liat IG sih, kok penggemarnya nih solid banget gitu. Dah gitu diliat dari ramahnya Aliando sama penggemarnya yang dateng ke lokasi bikin aku penasaran. Yaudah, aku gabung aja di Alicious di grup Line, dari yang awalnya gasampe 10 eh sekarang jadi banyak. Malah menurutku ya karena sama Alicious aku ngerasa punya saudara gitu. Pas aku dateng ke mini konsernya Aliando, Ya Allah rasanya hari itu hari paling senenglah dalam hidupku. Ketemu saudara dari kota-kota lain yang selama ini cuma bisa rame di grup Line aja. Mana bisa dinner, foto, sama ngobrol banyak sama Aliando.” (S, 27tahun)

Berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa respon positif yang diberikan selebriti kepada penggemar membuat para penggemar merasa lebih dekat dengan selebriti favorit dan mau melakukan apapun untuk sang selebriti favorit. Tingkat kecenderungan parasosial individu juga dipengaruhi oleh jenis kelamin. Penelitian yang dilakukan Stern & Russell (Syafrina, Permatasari, & Dara, 2017) menghasilkan fakta bahwa perempuan cenderung mudah dalam membentuk hubungan parasosial karena perasaan terikat pada perempuan yang lebih kuat dibandingkan pria. Selain itu, perempuan cenderung lebih fleksibel dalam memilih idolanya, seperti perempuan yang memilih idolanya yang juga perempuan karena penampilan fisik dan pribadinya, tetapi perempuan juga memilih idolanya yang pria karena ketampanan, pintar, dan karakternya.

Penelitian tentang relasi parasosial yang dilakukan oleh Sukmana (2013) pada 309 responden wanita usia 20-40 tahun yang menjadi penggemar K-Pop. Sebesar 67,64% dari responden mengalami interaksi parasosial dengan idola K-Pop. Hal ini dapat memperlihatkan bahwa adanya kemungkinan individu pada usia dewasa muda membentuk hubungan parasosial dengan idolanya. Menurut Erikson (Santrock, 2003) model perkembangan dewasa awal memasuki tahap *intimacy vs isolation* yang tugasnya adalah membentuk *intimate relationship* dengan orang lain. Settersten, Jr (Wahidah & Cynthia, 2015) mengungkapkan bahwa individu dewasa awal memiliki tugas pokok untuk membentuk hubungan personal yang intim yang berlandaskan kepercayaan, keterbukaan, kedekatan, komitmen, dan kepedulian. Namun ternyata individu dewasa awal masih melakukan pemujaan terhadap selebriti favorit. Realita tersebut tidak sesuai dengan Maltby, dkk (2002) mengatakan bahwa mengidolakan seseorang pada

usia remaja, namun akan semakin menurun seiring bertambah usia. Terkadang ketertarikan mereka pada idolanya dapat mempengaruhi kehidupan sehari-hari para penggemar.

Steve (2011) menyatakan bahwa keterikatan yang terbentuk antara penggemar dengan selebriti favorit akan membentuk perasaan seolah mengenal selebriti tersebut secara personal dengan penggemar. Penggemar akan memberikan respon pada selebriti favorit di televisi seperti penggemar berinteraksi dengan orang-orang disekitar Schiappa, dkk (2005). Chan dan Zhang (2010) menjelaskan interaksi parasosial memberi efek dari interaksi parasosial yaitu menimbulkan rasa persahabatan yang kuat antara individu dengan selebriti favorit, individu akan menjadikan selebriti favorit sebagai panutan dalam bertingkah laku, serta individu cenderung merasa puas dengan interaksi sosial yang semu. Hal ini yang membuat penggemar lebih mengenal banyak orang secara tidak nyata dibandingkan dengan hubungan interpersonal secara langsung.

Hoffner (2009) mengungkapkan salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku parasosial yaitu kesepian. Karakteristik perempuan dewasa awal yang menampilkan perilaku parasosial jarang atau tidak sama sekali melakukan hubungan sosial. Perempuan dewasa awal yang kurang berinteraksi sosial akan cenderung berhubungan dengan orang lain menggunakan cara yang berbeda, seperti menonton televisi. Bruno (2002) juga memaparkan bahwa individu yang kesepian merasa tidak dicintai, dimengerti, dan sulit membuka diri kepada orang lain.

Hasil wawancara peneliti dengan beberapa perempuan dewasa awal yang tergabung dalam anggota *fansclub*, sebagai berikut:

“Aku itu orangnya susah kalau harus sering ngomong diluar rumah bahkan di tempat kerja sekalipun kecuali sama temen dekat ya. Nah, awalnya ya aku cuma suka-suka aja sama Prilly. Terus lama-lama karena sering mantau twitter sama instagram, terus kenalan sama penggemar lain yang aktif juga di twitter yauda deh aku kenalan terus ngobrol sampe sekarang terus jadi dekat. Dan klo di lokasi kita samasama sering curhat”(T, 23 tahun)

“Ya gimana ya mbak, namanya juga udah ibu-ibu, palingan cuma nganter anak sekolah, pengajian, masak, jemput anak sekolah. Temennya siapa kan gaada. Jadi lebih sering lihat facebook sama instagram. Mana emang dari sebelum nikah udah seneng banget sama Raffi Ahmad. Ganteng udah gitu apa aja bisa. Ketemu Raffi Ahmad ya baru kali ini mbak, pas dia di Semarang, samperin aja. Tapi saya masuk di grup Line nya “Raffiah Jateng”. Palingan ya ngobrol aja mbak lewat line heboh sendiri. Kalo kumpul belum pernah ikut sih mbak” (SU, 29 tahun)

Berdasarkan hasil wawancara, dapat disimpulkan bahwa perilaku parasosial yang terbentuk pada kedua penggemar dikarenakan kesepian sehingga membuat kedua penggemar tersebut aktif di jejaring sosial. Hal ini yang membuat kedua penggemar ini merasa memiliki teman di dunia maya dan berhubungan dengan intens walaupun hanya membahas tentang selebriti favorit.

Russell (Lou, Yan, Nickerson, & McMorris, 2012) kesepian muncul karena hubungan sosial yang tidak sesuai dengan apa yang diinginkan atau dicapai, termasuk perasaan gelisah, tertekan, dan persepsi kurangnya hubungan sosial pada diri seseorang. Skues, William, & Wise (Krisnawati & Soetjningsih, 2018) mengungkapkan bahwa kesepian berhubungan kuat dengan intensitas kegiatan di jejaring sosial, terutama dalam hal mengirim dan berbagi informasi.

Wahidah & Cynthia (2015) mengungkapkan bahwa hubungan parasosial yang terjadi pada wanita dewasa awal yaitu wanita yang lebih sering berada di rumah dan merasa kesepian. Hal ini sesuai dengan pendapat Levy (2011) bahwa individu yang tidak dapat keluar rumah biasanya tidak memiliki kesempatan untuk berinteraksi sosial sehingga memiliki kecenderungan membentuk interaksi parasosial.

Penelitian tentang parasosial telah banyak dilakukan, diantaranya yaitu penelitian yang dilakukan oleh Arifati (2016) dengan judul *“Celebrity Worship Syndrome: Hubungan antara Self-Esteem dan Gaya Kelekatan dengan Perilaku Parasosial pada Remaja Putri di Surakarta”*. Hasil penelitian tersebut adalah ada hubungan antara *self-esteem* dan gaya kelekatan dengan perilaku parasosial pada remaja putri anggota penggemarclub di Surakarta.

Penelitian lain tentang parasosial yang dilakukan oleh Sekarsari (2009) dengan judul “Hubungan Antara *Loneliness* dengan Perilaku Parasosial pada Perempuan Dewasa Awal” menyatakan bahwa wanita dewasa muda yang kesepian tingkat perilaku parasosial yang tinggi karena tingkat kesepian tinggi mengindikasikan tingkat *self-esteem* rendah.

Penelitian yang dilakukan oleh Syafrina (2017) dengan judul “Parasosial dan *Romantic Beliefs*: Studi Deskriptif pada Penonton Serial Drama Korea” yang menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan antara parasosial dengan *romantic beliefs* pada penonton serial drama korea.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah terletak pada variabel bebas yaitu kesepian dan subjek penelitian. Peneliti memilih populasi perempuan dewasa muda anggota *fansclub Prillvers* Semarang. Berdasarkan pemaparan tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang bertujuan mengetahui hubungan antara kesepian dengan interaksi parasosial pada perempuan dewasa awal anggota *fansclub Prillvers* Semarang.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat dirumuskan masalah penelitian ini adalah apakah ada hubungan antara kesepian dengan interaksi parasosial pada perempuan dewasa muda anggota *fansclub Prillvers* Semarang?

C. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui adanya hubungan antara kesepian dengan interaksi parasosial pada perempuan dewasa muda anggota *fansclub Prillvers* Semarang

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Menambah pengetahuan referensi terhadap kajian di bidang Psikologi terkait dengan kesepian dan interaksi parasosial pada perempuan dewasa muda

2. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian diharapkan dapat menjelaskan tentang seberapa besar kesepian dapat berpengaruh terhadap interaksi parasosial.