

**PENGARUH INTENSITAS MENONTON YOUTUBE NCT TERHADAP  
*PARASOCIAL RELATIONSHIP* PADA NCTZEN DI KOTA SEMARANG**

**SKRIPSI**

Untuk memenuhi sebagian persyaratan  
memperoleh derajat Sarjana Psikologi



Disusun oleh :

**Bella Rizky Anggraeni**

**(30701900043)**

**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG SEMARANG  
2022**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

### PERSETUJUAN PEMBIMBING

**PENGARUH INTENSITAS MENONTON YOUTUBE NCT TERHADAP  
PARASOCIAL RELATIONSHIP PADA NCTZEN DI KOTA SEMARANG**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

**Bella Rizky Anggraeni**

**30701900043**

Telah Disetujui Untuk Diuji dan Dipertahankan di depan Dewan Penguji Guna  
Memenuhi Sebagian Persyaratan untuk Mencapai Gelar Sarjana Psikologi

Pembimbing,

Tanggal



**Hj. Ratna Supradewi, S.Psi., M.Si.Psi**

**210700007**

**13 Februari 2023**

Semarang, 13 Februari 2023

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Psikologi  
Universitas Islam Sultan Agung



**Joko Kuncoro, S.Psi., M.Si**

**NIK. 210799001**

## HALAMAN PENGESAHAN

### HALAMAN PENGESAHAN

#### PENGARUH INTENSITAS MENONTON YOUTUBE NCT TERHADAP PARASOCIAL RELATIONSHIP PADA NCTZEN DI KOTA SEMARANG

Dipersiapkan dan disusun oleh :

**Bella Rizky Anggraeni**  
30701900043

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada tanggal 20 Februari 2023

Dewan Penguji

Tanda Tangan

1. Ruseno Arjanggi, S.Psi., M.A

2. Luh Putu Shanti K, S.Psi., M.Psi

3. Ratna Supradewi, S.Psi., M.Si.Psi

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi  
Semarang, 20 Februari 2023

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Psikologi  
Universitas Islam Sultan Agung

**Joko Kuncoro, S.Psi., M.Si**  
NIK. 210799001

## PERNYATAAN

### PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya Bella Rizky Anggraeni dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini adalah karya saya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh derajat kesarjanaan di perguruan tinggi manapun
2. Sepanjang pengetahuan saya, skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis/diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan dan disebutkan dalam daftar pustaka
3. Jika terdapat hal-hal yang tidak sesuai isi pernyataan ini, maka saya bersedia derajat kesarjanaan saya dicabut.

Semarang, 18 Februari 2023

Yang menyatakan,


**Bella Rizky Anggraeni**  
NIM. 30701900043

## MOTTO

“Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain), dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap”

**(QS. Al-Insyirah: 6-8)**

“It’s not always easy, but that’s life.  
Be strong because there are better days ahead.”

**(Mark Lee of NCT)**

“It gets you down, we’ve all been there sometimes.  
Darling, you’ll be okay.”

**(Hold On Till May-Pierce The Veil)**

“Don’t point the blame when you can’t find nothing,  
look to yourself and you might find something.”

**(Roger Rabbit-Sleeping With Sirens)**

“Never tell yourself you should be someone else,  
stand up tall and say I’M NOT AFRAID.”

**(We Are-ONE OK ROCK)**

## **PERSEMBAHAN**

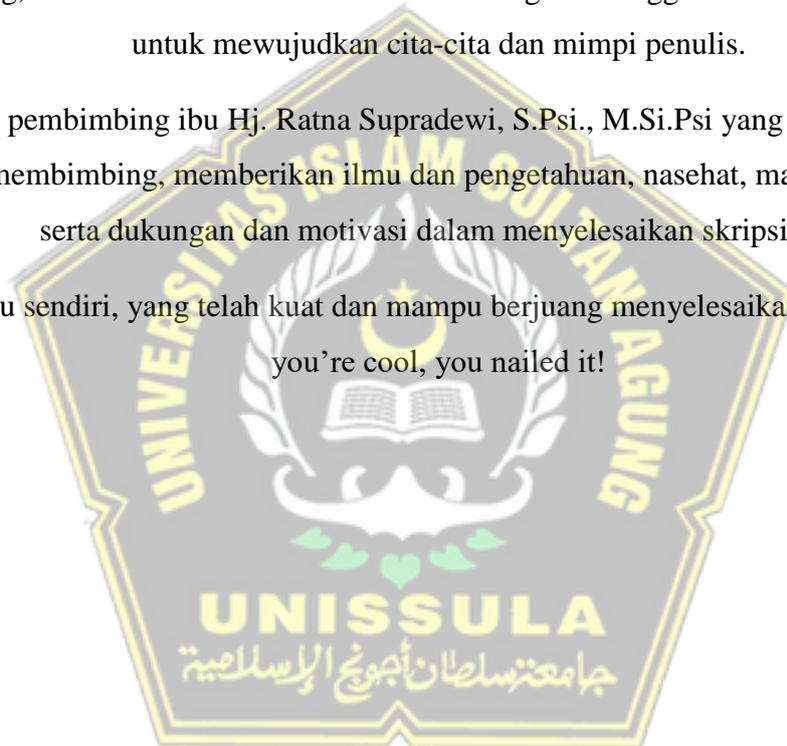
Penulis persembahkan karya ini kepada :

Allah Subhanahu Wa Ta'ala atas segala rahmat, ridho, berkat, pertolongan, kemudahan, kelancaran, dan kemampuan sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini.

Orangtuaku, bapak Suparman dan ibu Kartiyem serta kedua kakakku, Agus Wibowo dan Triyono, yang selalu mendoakan, melimpahkan perhatian dan kasih sayang, serta memberikan motivasi dan dukungan sehingga mendorong penulis untuk mewujudkan cita-cita dan mimpi penulis.

Dosen pembimbing ibu Hj. Ratna Supradewi, S.Psi., M.Si.Psi yang dengan sabar telah membimbing, memberikan ilmu dan pengetahuan, nasehat, masukan, saran, serta dukungan dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.

Diriku sendiri, yang telah kuat dan mampu berjuang menyelesaikan skripsi ini,  
you're cool, you nailed it!



## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala berkat rahmat, ridho, karunia, kemudahan, kelancaran, dan kemampuan sehingga penulis diberikan kesabaran dan kekuatan serta menumbuhkan sebuah tanggung jawab untuk menyelesaikan tugas akhir ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh derajat S1 Psikologi. Sholawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat, dan pengikutnya, semoga kita semua mendapat syafaat Rasulullah SAW di hari kiamat.

Penulis menyadari bahwa terdapat banyak rintangan selama proses penelitian dan penulisan skripsi ini yang membuat penulis mendapat banyak pelajaran berharga. Hal tersebut berkat banyaknya bantuan, dukungan, motivasi, dan semangat dari berbagai pihak secara moral maupun materil, sehingga sangat memudahkan penulis dalam proses penelitian dan penulisan skripsi serta membuat penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Pada kesempatan kali dengan penuh rasa hormat penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Joko Kuncoro, S.Psi., M.Si selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung atas semua dedikasinya dalam akademik dan memberikan motivasi untuk seluruh mahasiswa.
2. Ibu Hj. Ratna Supradewi, S.Psi., M.Si.Psi selaku Dosen Pembimbing Skripsi atas semua bimbingan, arahan, masukan, dan saran yang telah diberikan dengan penuh kesabaran sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dan penulisan skripsi ini dengan baik.
3. Bapak Ruseno Arjanggi, S.Psi, M.A., Psikolog selaku Dosen Wali yang telah banyak membantu, membimbing, dan mengarahkan penulis selama masa perkuliahan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi di Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung.
4. Ibu Titin Suprihatin, S.Psi, M.Psi, Psikolog yang telah bersedia mendengar banyak cerita dan keluh kesah penulis serta dengan penuh kesabaran memberikan insight baru, motivasi, dan semangat untuk menjalankan hidup dengan lebih baik.

5. Seluruh bapak dan ibu dosen Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung atas segala ilmu dan pengetahuan yang telah diberikan kepada penulis secara langsung maupun tidak langsung yang sangat bermanfaat untuk saat ini serta di masa yang akan datang.
6. Bapak dan ibu Staff Tata Usaha, Perpustakaan, dan Laboratorium Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung yang senantiasa membantu dan memberikan pelayanan administrasi maupun akademik.
7. Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah banyak membantu selama proses perkuliahan hingga skripsi ini selesai.
8. Teman-teman NCTZen selaku subjek dalam penelitian yang telah bersedia membantu seluruh proses penelitian sehingga memudahkan penulis dalam proses penyelesaian penulisan skripsi ini.
9. Orangtua, Bapak Suparman dan Ibu Kartiyem, yang selalu mendoakan, memberikan kasih sayang, nasehat, motivasi dan dukungan serta kesabaran yang luar biasa dalam setiap langkah dan semua fase dalam perjalanan hidup penulis hingga detik ini. Kedua kakak penulis, Agus Wibowo, S.Pi dan Triyono, S.Ak yang selalu memberikan doa dan semangat serta motivasi untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
10. Sahabat penulis yaitu Amelia Arfi'ah, Nurul Hidayah, Nur Erlina, Kenny Giovani, dan Gan Reval Setiawan, yang selalu mendengarkan keluh kesah penulis, memberikan doa dan banyak bantuan, menguatkan dan memberikan semangat, dukungan, serta candaan.
11. Teman-teman satu bimbingan terutama Berliana Marshiela, Biondi Destriatma, dan Chintia Rizky yang sudah membantu dan berjuang bersama selama praktikum dan bimbingan skripsi ini. Seluruh teman-teman seangkatan Neptune terutama kelas A Psikologi 2019 yang telah belajar dan bekerjasama selama masa perkuliahan.
12. Diri saya sendiri, terima kasih sudah mau berjuang dan kuat bertahan hingga detik ini, sudah mau belajar banyak hal serta belajar sabar dan ikhlas, selalu berusaha untuk percaya pada diri sendiri, terima kasih untuk terus belajar mencoba dan berusaha menjadi pribadi yang lebih baik.

13. Seluruh pihak yang telah banyak memberikan bantuan kepada penulis yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Penulis menyadari bahwa hasil penelitian dan penulisan skripsi ini jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk memperbaiki skripsi ini. Penulis juga berharap naskah skripsi ini dapat berguna serta memberikan manfaat dalam perkembangan ilmu Psikologi. Akhir kata, penulis ucapkan banyak terima kasih.

Semarang, 7 Februari 2023



Bella Rizky Anggraeni  
30701900043

## DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN.....	iii
MOTTO .....	iii
PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
ABSTRAK .....	xiii
ABSTRACT .....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Tujuan.....	7
C. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II.....	8
LANDASAN TEORI .....	8
A. <i>Parasocial Relationship</i> .....	8
1. Pengertian <i>Parasocial Relationship</i> .....	8
2. Jenis Hubungan Parasosial .....	10
3. Aspek <i>Parasocial Relationship</i> .....	11
B. <i>Intensitas Menonton</i> .....	13
1. Pengertian Intensitas Menonton Youtube .....	13
2. Aspek Intensitas Menonton.....	15
C. Remaja .....	17
D. Hubungan Antara Intensitas Menonton Youtube NCT dengan <i>Parasocial Relationship</i> .....	18
E. Hipotesis .....	20
BAB III.....	21
METODE PENELITIAN .....	21

<b>A. Identifikasi Variabel</b> .....	21
<b>B. Definisi Operasional</b> .....	21
<b>C. Populasi, Sampel, dan Sampling</b> .....	22
<b>1. Populasi</b> .....	22
<b>2. Sampel</b> .....	22
<b>3. Teknik Sampling</b> .....	23
<b>D. Metode Pengumpulan Data</b> .....	23
<b>E. Validitas, Daya Beda Aitem, dan Reliabilitas</b> .....	24
<b>F. Teknik Analisis Data</b> .....	26
<b>BAB IV</b> .....	27
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	27
<b>A. Orientasi Kancan Penelitian dan Pelaksanaan Penelitian</b> .....	27
<b>B. Pelaksanaan Penelitian</b> .....	32
<b>C. Analisis Data dan Hasil Penelitian</b> .....	32
<b>D. Deskripsi Hasil Penelitian</b> .....	34
<b>E. Pembahasan</b> .....	37
<b>F. Kelemahan</b> .....	38
<b>BAB V</b> .....	39
<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	39
<b>A. Kesimpulan</b> .....	39
<b>B. Saran</b> .....	39
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	41
<b>LAMPIRAN</b> .....	44

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Blueprint Skala Intensitas Menonton.....	23
Tabel 2 Blueprint Skala Hubungan Parasosial .....	24
Tabel 3 Norma Penilaian Aitem .....	24
Tabel 4 Deskripsi Subjek.....	27
Tabel 5 Penyebaran Nomor Aitem Skala Intensitas Menonton .....	29
Tabel 6 Penyebaran Nomor Aitem Skala Hubungan Parasosial.....	29
Tabel 7 Sebaran Indeks Daya Beda Aitem Tinggi dan Rendah Pada Skala Intensitas Menonton .....	31
Tabel 8 Sebaran Indeks Daya Beda Aitem Tinggi dan Rendah Pada Skala Hubungan Parasosial.....	31
Tabel 9 Hasil Uji Normalitas.....	32
Tabel 10 Norma Kategorisasi Skor .....	34
Tabel 11 Deskripsi Skor Intensitas Menonton .....	35
Tabel 12 Kategori Skor Intensitas Menonton .....	35
Tabel 13 Deskripsi Skor Hubungan Parasosial.....	36
Tabel 14 Kategori Skor Hubungan Parasosial.....	36



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Skala Penelitian Psikologi .....	45
Lampiran 2 Tabulasi Data Skala.....	53
Lampiran 3 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	54
Lampiran 4 Uji Analisis Data Penelitian .....	84



## **PENGARUH INTENSITAS MENONTON YOUTUBE NCT TERHADAP PARASOCIAL RELATIONSHIP PADA NCTZEN DI KOTA SEMARANG**

Oleh :

Bella Rizky Anggraeni, Ratna Supradewi  
Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung

Email :

[bellarizkyanggraeni@gmail.com](mailto:bellarizkyanggraeni@gmail.com) , [ratnavina4@gmail.com](mailto:ratnavina4@gmail.com)

### **ABSTRAK**

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui hubungan antara tingkat intensitas menonton youtube di *channel* NCT dengan hubungan parasosial pada remaja penggemar NCT di Kota Semarang. Intensitas menonton Youtube merupakan perilaku menonton tayangan konten video di youtube yang diunggah oleh tertentu yang dapat ditinjau dari tingkat frekuensi dan tingkat durasi yang digunakan oleh individu. Hubungan parasosial merupakan sebuah situasi dimana penggemar merasa mengenal dekat dan menciptakan suatu hubungan satu arah yang bersifat ilusi dengan seorang figur media yang diidolakannya. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah ada hubungan positif yang signifikan antara intensitas menonton youtube NCT terhadap terjadinya hubungan parasosial pada NCTZen di Kota Semarang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jumlah subjek sebanyak 45 orang pada rentang usia 15 hingga 22 tahun. Terdapat dua alat ukur yaitu skala intensitas menonton terdiri atas 24 aitem dengan reliabilitas sebesar 0,956 dan *celebrity attitude scale* (CAS) terdiri atas 36 aitem dengan reliabilitas sebesar 0,943. Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik korelasi *product moment*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara intensitas menonton youtube dengan hubungan parasosial dengan hasil korelasi sebesar 0,847 dan taraf signifikansi sebesar  $p=0,000$  ( $p<0,05$ ). Hasil tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara intensitas menonton terhadap terjadinya hubungan parasosial.

**Kata Kunci** : Intensitas Menonton, Hubungan Parasosial

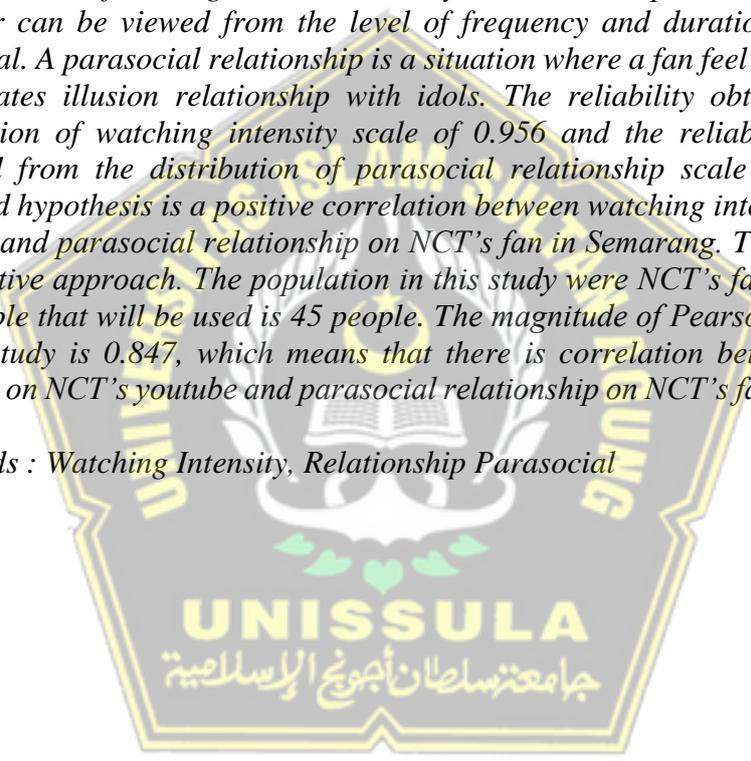
***THE INFLUENCE OF NCT YOUTUBE WATCHING INTENSITY ON  
PARASOCIAL RELATIONSHIP IN NCTZEN SEMARANG CITY***

Bella Rizky Anggraeni , Ratna Supradewi  
Faculty of Psychology of Sultan Agung Islamic University  
Email :  
[bellarizkyanggraeni@gmail.com](mailto:bellarizkyanggraeni@gmail.com) , [ratnavina4@gmail.com](mailto:ratnavina4@gmail.com)

***ABSTRACT***

*This study aims to determine the correlation between watching intensity on NCT's youtube with parasocial relationship on NCT's fan in Semarang. Watching intensity is the behavior of viewing video content in youtube that's uploaded by person, this behavior can be viewed from the level of frequency and duration that used by individual. A parasocial relationship is a situation where a fan feel close with idols and creates illusion relationship with idols. The reliability obtained from the distribution of watching intensity scale of 0.956 and the reliability coefficient obtained from the distribution of parasocial relationship scale of 0.943. This proposed hypothesis is a positive correlation between watching intensity on NCT's youtube and parasocial relationship on NCT's fan in Semarang. This study uses a quantitative approach. The population in this study were NCT's fan in Semarang, the sample that will be used is 45 people. The magnitude of Pearson's correlation in this study is 0.847, which means that there is correlation between watching intensity on NCT's youtube and parasocial relationship on NCT's fan in Semarang.*

*Keywords : Watching Intensity, Relationship Parasocial*



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Sejak beberapa tahun terakhir, budaya pop dari Korea mulai mendominasi, mampu menempatkan diri di industri global, dan menghasilkan preferensi musik yang lebih baru dari era sebelumnya. Sejak pertengahan tahun 1990-an, muncul sebuah fenomena kecintaan terhadap budaya populer dari Korea Selatan yang disebut dengan *Hallyu wave* (Kinanthi, 2019). Kemudian muncul banyaknya pegiat musik pop asal Korea Selatan meliputi *soloist*, *group band*, *boyband*, dan *girlband*. *Hallyu wave* telah menjadi salah satu kekuatan budaya dari Asia yang mampu meluas hingga ke benua Amerika, Eropa, Afrika, dan Timur Tengah. Para penggemar ini mempunyai peran yang sangat penting dan terlibat sangat aktif dalam penyebaran budaya populer dari Korea khususnya musik Kpop.

Seiring dengan banyaknya media yang memuat mengenai idol Kpop, para penggemar merasa mengenal idolanya dari penampilan, sikap yang ditunjukkan oleh idol, gaya bicara, dan tingkah laku idol walaupun tidak pernah bertemu atau berkomunikasi dengan idolnya. Hal dimana seseorang atau penggemar merasa mengenal secara personal atau bahkan merasa memiliki hubungan dekat dengan idol yang ditampilkan di media disebut dengan hubungan parasosial (Giles and Maltby, 2014). Fenomena parasosial yaitu tentang tanggapan sosial pengguna media (dalam hal ini adalah penggemar) terhadap orang lain yang ditampilkan di suatu media massa. *Parasocial relationship* dapat diartikan sebagai hubungan tidak nyata yang diciptakan oleh pengguna media yang biasanya diakibatkan oleh situasi paparan media antara pengguna media dengan figur media.

*Parasocial relationship* merupakan sebuah hasil rekaan dari media massa berupa hubungan yang bersifat ilusi yang diciptakan oleh penggemar terhadap figur media yang dijadikan sebagai idola. Penelitian menunjukkan bahwa *parasocial relationship* mempunyai cara berkembang yang sama dengan hubungan yang dijalin dengan orang lain di kehidupan nyata yang tidak ditampilkan dalam media massa (Branch, Wilson, & Agnew, 2013). Adanya eksposur yang besar pada figur

media (idola) akan memberikan pengaruh yang lebih besar dalam peningkatan *parasocial relationship* (Bond & Calvert, 2014). Parasosial ini diproses dengan melibatkan adanya peran kognitif dan afektif yang ditunjukkan oleh penggemar terhadap idola selama situasi paparan. Pemrosesan parasosial memiliki beberapa aspek seperti perhatian, pemahaman, simpati, empati, dan aktivitas fisik (Hartmann, 2017).

*Parasocial relationship* memiliki berbagai dampak terhadap individu sebagai pengguna media maupun penggemar. Terdapat dampak positif berupa adanya dukungan sosial yang dirasakan penggemar, mengurangi kesepian, dan menghasilkan kepuasan tersendiri bagi penggemar. Tetapi dalam jangka waktu panjang, *parasocial relationship* yang berlebihan dapat menimbulkan bentuk-bentuk ekstrem dan patologis. Dampak negatif tersebut seperti menyulitkan penggemar dalam beradaptasi di lingkungan sosial yang nyata, ketidakmampuan melihat realitas, muncul perilaku obsesif, menginginkan atau mengharapkan hubungan timbal balik dari figur idola, hingga mengakibatkan munculnya delusi dari hubungan parasosial seperti ketika penggemar menganggap idolanya sebagai belahan jiwa atau jodohnya (Hartmann, 2017)

Jenkins (1992) menyatakan bahwa penggemar dengan sukarela mempunyai rasa keterikatan dan ketertarikan secara emosional dengan idola yaitu penggemar ingin terlibat pada hal-hal yang disukai oleh idola, sehingga hal tersebut yang mampu membedakan antara penggemar dengan penonton biasa. Para penggemar berkumpul karena adanya kesamaan persepsi terhadap *idol group* atau penyanyi yang sama kemudian mendorong munculnya kelompok atau komunitas penggemar yang bisa disebut fandom. Secara umum, fandom diartikan sebagai sekelompok orang yaitu penggemar yang menyukai dan mendukung seseorang atau sekelompok artis. Penggemar bergabung serta berpartisipasi untuk menjalin interaksi dengan penggemar lain yang juga berada di dalam fandom tersebut.

Penggemar Kpop selalu terlihat mengikuti dan *up to date* terkait kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh idol mereka. Ada banyak hal lain juga yang sering dilakukan oleh penggemar untuk mendukung idol yang disukai, di antaranya adalah melakukan *streaming* ketika idol merilis video musik terbaru, mendengarkan lagu

milik idol di berbagai platform musik, membeli *merchandise* atau aksesoris berbau Kpop, dan menonton konten-konten yang berisi *show* atau kegiatan sehari-hari yang dilakukan idol (Perbawani *et al.*, 2021). Berdasarkan kegiatan menonton konten video yang diunggah idola, penggemar bisa memanfaatkannya sebagai media untuk mengetahui keadaan idol, mendapatkan informasi terbaru, mengikuti perkembangan karir sang idol, atau hanya sebagai hiburan semata. Para penggemar Kpop menganggap idolanya sebagai figur favoritnya, karena para penggemar merasa mengenal idolanya melalui media massa yang memperlihatkan idolanya (Sari, 2012).

Menurut Giles & Maltby terdapat 3 level dalam *parasocial relationship*. Level yang pertama adalah *entertainment social* yaitu keadaan dimana penggemar mulai mencari informasi tentang idola di beberapa sumber internet atau media sosial milik idola. Yang kedua ada *intense personal* adalah ketika penggemar mulai tertarik dan berusaha mencari tahu mengenai hal-hal yang bersifat pribadi dari idola. Kemudian, di level ketiga ada *borderline pathological* merupakan level yang paling intens dimana penggemar mulai mengidolakan dan memuja idolanya secara ekstrem (Giles and Maltby, 2014).

Rasa tertarik dan ingin terikat pada figur idola tersebut dapat memunculkan perilaku-perilaku yang mengindikasikan pada *parasocial relationship*. *Parasocial relationship* merupakan sebuah istilah yang pertama kali dicetuskan oleh Horton dan Wohl pada tahun 1956 yang didefinisikan sebagai suatu hubungan dekat yang diciptakan seseorang terhadap figur media seperti artis, musisi, aktor, atau jenis pekerjaan semacamnya. Pada perspektif psikologis, *parasocial relationship* tidak jauh berbeda dengan pengalaman ilusi lainnya namun membutuhkan pengalaman secara intuitif. Menurut Hartmann, *parasocial relationship* dibangun berdasarkan 2 pengalaman ilusi yang berbeda. Ilusi pertama adalah mengenai kognisi sosial, dimana penggemar mengalami rangsangan fisik secara intuitif yang dihasilkan dari tampilan figur idola yang disediakan oleh media. Ilusi kedua diciptakan berdasarkan kesadaran bersama. Ilusi ini terjadi karena penggemar merasa disapa secara pribadi oleh figur idola, akan tetapi idola hanya melakukan sapaan terhadap *audiens* secara massal (Hartmann, 2017).

Media massa dianggap mampu memberikan pengaruh yang sangat kuat bagi siapapun yang telah mengaksesnya. Salah satu media yang sering digunakan oleh penggemar adalah Youtube yang mampu mengakses musik dan video-video yang dirilis oleh idol. Youtube adalah suatu situs web yang berisi video yang populer dimana penggunaannya bisa mengunggah, menonton, dan berbagi video secara gratis. Youtube merupakan salah satu media massa berbasis *online* yang banyak diakses oleh pengguna internet di seluruh dunia. Kekuatan Youtube dalam menarik perhatian para pengguna internet banyak dimanfaatkan oleh banyak agensi yang menaungi artis atau pekerja seni dengan tujuan untuk menarik perhatian penggemar. Youtube sebagai salah satu cara baru yang instan untuk mencapai sebuah kepopuleran, salah satunya dimanfaatkan oleh industri musik Korea. (Anissela, 2021).

Pada penelitian ini, peneliti membahas mengenai *boygroup* NCT. NCT merupakan singkatan dari *Neo Culture Technology* merupakan *boygroup* generasi ketiga besutan SM Entertainment yang debut pada tahun 2016. NCT mempunyai 23 anggota yang berasal dari Korea, China, Jepang, Kanada, dan Amerika Serikat. Kemudian para anggota terbagi dalam beberapa sub unit yaitu NCT U, NCT 127 dengan member berjumlah 10 orang, NCT Dream dengan member berjumlah 7 orang, dan WayV dengan member berjumlah 7 orang. NCT telah meraih berbagai penghargaan seperti album NCT RESONANCE Pt. 1 yang mampu memenangkan nominasi album terbaik di ajang Golden Disk Award tahun 2021, NCT Dream terpilih menjadi *boygroup* remaja paling berpengaruh versi majalah TIME dan albumnya yang berjudul *Hot Sauce* meraih penghargaan album terbaik pada Seoul Music Award tahun 2022, dan WayV mampu meraih penghargaan Favorite Asian Artist pada Mnet Asian Music Award tahun 2020. Penggemar dari NCT memiliki nama yaitu NCTZen.

Seorang narasumber bernama S (15 tahun) mengatakan :

*“aku menyukai NCT karena memernya ganteng dan keren terus dari konten video di youtube-nya NCT mereka kelihatan seru buat dijadiin temen, makanya kalau lagi nonton kontennya mereka kadang aku pengen temenan sama mereka”.*

Situasi dimana seseorang atau penggemar merasa mengenal secara personal dan bahkan merasa memiliki hubungan dekat dengan idol atau figur yang ditampilkan di media disebut dengan hubungan parasosial (Giles and Maltby, 2014). Fenomena parasosial yaitu tentang tanggapan sosial pengguna media (dalam hal ini adalah penggemar) terhadap orang lain yang ditampilkan di suatu media massa. *Parasocial relationship* dapat diartikan sebagai hubungan tidak nyata yang diciptakan oleh pengguna media yang biasanya diakibatkan oleh situasi paparan media antara pengguna media dengan figur media. Pernyataan subjek berinisial Y berusia 21 tahun merupakan seorang mahasiswi yang juga tergabung di dalam NCTZen Semarang,

*“pertama nonton konten video di youtube-nya NCT itu rasanya senang melihat kegiatan yang dilakukan member dan kadang berasa pengen teman sama mereka”.*

Fenomena parasosial ini cukup memengaruhi dinamika psikologis pada penggemar kpop ini. Walgito menyatakan bahwa dinamika psikologis adalah sebuah keadaan yang terjadi pada diri manusia yang dapat mempengaruhi keadaan psikisnya dalam mengalami perkembangan serta perubahan pada pikiran dan perilakunya (Walgito, 2010). Dalam hal ini, hubungan parasosial memberikan dampak pada perubahan dinamika psikologis yang dipengaruhi faktor internal seperti kesepian dan kebutuhan untuk berhubungan atau bersosialisasi dengan orang lain sehingga penggemar cenderung membangun sebuah hubungan interpersonal dengan figur yang diidolaknya karena merasa tidak nyaman dalam membangun pertemanan di kehidupan nyata. Terjadinya hubungan parasosial seringkali dipengaruhi oleh intensitas menonton dan penggunaan media sosial, salah satunya youtube.

Intensitas menonton adalah individu melihat sebuah tayangan atau pertunjukan tertentu secara berulang kali dan dalam kurun waktu tertentu. Tayangan-tayangan tersebut dapat dilihat melalui berbagai media seperti televisi atau media sosial seperti youtube. Agensi yang menaungi artis-artis Kpop biasanya membuat dan mengatur saluran Youtube mereka sendiri kemudian mengunggah video-video secara legal. Agensi-agensi tersebut menggunakan Youtube dengan tujuan memperkenalkan artis-artis beserta karya yang yang dibuat dan dirilis. Di

sisi lain, penggemar juga memanfaatkan adanya Youtube untuk menonton video-video terbaru dari idol terkait karya terbaru maupun *reality show* yang berisi kegiatan sehari-hari, penggemar juga bisa memberikan komentar pada kolom yang disediakan pada video, serta mendiskusikan video bersama penggemar yang lain. Dengan menggunakan perkembangan media sosial khususnya Youtube, musik video milik idol Kpop bisa diakses dan ditonton oleh dunia internasional hingga meningkatkan komunitas penggemar Kpop yang sudah tersebar di seluruh negara di dunia.

Seperti pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Arianne Ferchaud, Jenna Grzeslo, Stephanie Orme, Jared LaGroue dengan judul "*Parasocial attributes and YouTube personalities: Exploring content trends across the most subscribed YouTube channels*". Penelitian tersebut bertujuan untuk menganalisis hubungan antara konten video di youtube dengan terciptanya hubungan parasosial dengan menggunakan metode kuantitatif dengan jumlah subjek sebanyak 234 orang yang dipilih dengan teknik *random sampling*. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara menonton konten youtube dengan terciptanya hubungan parasosial pada audiens. Pada penelitian tersebut ditemukan bahwa konten video yang menampilkan kegiatan sehari-hari dari pemilik kanal lebih berpengaruh terhadap terjadinya hubungan parasosial.

Popularitas NCT meningkat dengan pesat, seiring dengan hal tersebut maka bermunculan banyak penggemar baru yang mengidolakannya. Hal ini terlihat dari terlihat pada jumlah *subscribers* sebanyak 5,69 juta dan jumlah *viewers* di tiap video di Youtube NCT yang berkisar dari ratusan ribu hingga puluhan juta terutama pada video musik maupun *daily life* para member NCT, hal ini membuktikan bahwa penggemar NCT mempunyai intensitas menonton video-video NCT di Youtube yang cukup tinggi sehingga penggemar mempunyai dampak paparan media yang cukup tinggi juga. Intensitas menonton yang memiliki dampak paparan media akan semakin berpengaruh pada *parasocial relationship* yang dialami oleh penggemar.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa rumusan masalah dari penelitian ini adalah mengetahui pengaruh intensitas menonton video di Youtube NCT terhadap terjadinya hubungan parasosial pada

penggemar NCT di Kota Semarang. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan istilah hubungan parasosial untuk menggantikan *parasocial relationship*.

### **B. Tujuan**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara intensitas menonton video NCT di Youtube terhadap munculnya hubungan parasosial pada NCTZen di Kota Semarang.

### **C. Manfaat Penelitian**

#### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan dedikasi pemikiran bagi pengembangan teori maupun pengembangan ilmu pengetahuan psikologi sosial terutama di Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

#### 2. Manfaat Praktis

Dengan dilakukannya penelitian ini, diharapkan bisa menambah sumber referensi untuk penelitian selanjutnya khususnya bagi Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung Semarang



## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### ***A. Parasocial Relationship***

##### **1. Pengertian *Parasocial Relationship***

Istilah parasosial pertama kali dicetuskan oleh Horton dan Wohl pada tahun 1956, *parasocial relationship* atau hubungan parasosial merupakan sebuah hubungan sepihak bersifat ilusi yang dibangun oleh seseorang dengan figur media seperti pembawa acara, pembawa acara *talk show*, dan selebriti tetapi tidak saling berbalas. Coven berpendapat bahwa hubungan parasosial adalah sebuah situasi yang terjadi ketika audiens memberikan suatu respon terhadap seorang karakter di media melalui berbagai cara seperti membalas perkataan yang disampaikan figur tersebut, tertawa saat seorang figur mengatakan sebuah lelucon, atau ikut berempati terhadap keadaan figur tersebut (Surianti, 2021). Hubungan ini terbentuk ketika seseorang (penggemar) menghabiskan waktu dengan figur media yang disukainya, kemudian penggemar merasa dekat dan intim dengan idolanya serta merasa mempunyai hubungan interpersonal seperti pertemanan atau bahkan hubungan romantis namun kedekatan ini hanya sebuah ilusi yang dirasakan oleh satu pihak yakni penggemar.

Hubungan parasosial muncul melalui interaksi parasosial yang dilakukan penggemar dengan artis-artis favoritnya yang ditampilkan oleh media, dari hal tersebut penggemar akan merasa bahwa dirinya sedang terlibat dalam hubungan timbal balik. Interaksi dengan perasaan dekat dan intim akan berkembang dari waktu ke waktu sehingga penggemar akan menjadi percaya bahwa dirinya mengetahui dan mengerti mengenai idolanya. Interaksi parasosial yang terus berlanjut akan menimbulkan terciptanya hubungan parasosial antara penggemar dengan figur media yang diidolakannya. Dengan ketertarikan sosial seperti menganggap idola sebagai teman dan paparan media yang terjadi berulang kali maka hubungan parasosial akan dianggap sebagai kepentingan relasi (Rubin & McHugh, 2009).

Hubungan parasosial mempunyai ciri dan karakteristik yang hampir sama dengan hubungan sosial yang lain namun perbedaannya adalah hubungan parasosial ini hanya berjalan secara satu arah saja yaitu hanya sebagai imajinasi atau ilusi penggemar (Mcevoy and Erickson, 2014). Terdapat beberapa faktor yang mampu mempengaruhi munculnya hubungan parasosial pada penggemar yaitu tingkat paparan media sosial, tingkat kesepian, ketidakmampuan individu dalam membangun relasi dengan orang lain di kehidupan nyata, usia, dan gender (Giles, 2002).

Hubungan parasosial mampu menghadirkan hubungan yang bisa dianggap nyata dengan menggunakan beberapa cara penting. Pertama, penggemar dapat mengatasi penolakan dari hubungan di kehidupan nyata. Dengan memikirkan acara televisi atau karakter favorit dapat mengubah efek suasana hati dan harga diri akibat penolakan sosial (Derrick, Gabriel and Tippin, 2008). Kedua, seseorang akan cenderung menanggapi figur idolanya dengan cara yang sama saat menanggapi orang yang dekat di kehidupan nyata. Sebagai contoh, seorang penggemar akan memberikan empati yang lebih banyak terhadap figur idolanya (Gardner & Knowles, 2008). Sehingga seorang penggemar yang mempunyai keterikatan yang kuat terhadap idolanya akan merasa bahwa kebutuhan sosialnya dapat terpenuhi (Gardner & Knowles, 2008). Jadi, meskipun seorang penggemar mampu menyadari bahwa hubungan parasosial adalah hubungan yang tidak nyata, namun mereka merasakan pengalaman psikologis yang nyata (Chen, 2016). Namun terlepas dari kesamaan tersebut, hubungan parasosial juga berbeda dengan hubungan sosial lainnya karena hanya sedikit atau bahkan tidak ada interaksi tatap muka secara langsung. Walaupun beberapa penggemar mungkin berusaha mencari idolanya melalui klub penggemar tapi kemungkinan untuk bertemu dan berinteraksi secara langsung layaknya teman merupakan hal yang sulit diwujudkan (Giles, 2002).

Hubungan parasosial akan berkembang ketika penggemar terkena paparan persona media secara berulang kali sehingga penggemar akan mengembangkan keintiman, persahabatan, bahkan hubungan romantis percintaan dengan figur media yang diidolakannya. Saat penggemar merasakan tingkat keintiman yang tinggi terhadap idolanya, penggemar juga akan mengembangkan rasa kesetiaan terhadap

idolanya hingga menganggap bahwa idolanya sebagai teman. Banyak peneliti yang menganggap bahwa hubungan parasosial dengan figur idola merupakan hal yang normal karena terdapat interaksi yang tidak berbeda jauh dengan hubungan sosial di kehidupan nyata (Branch, Wilson, & Agnew, 2013). Namun, terkadang rasa keterikatan ini bisa berkembang menjadi ekstrem yang melibatkan perilaku obsesif dimana penggemar mengidolakan seorang figur secara berlebihan.

Hubungan parasosial memiliki berbagai dampak terhadap individu sebagai pengguna media maupun penggemar. Terdapat dampak positif berupa adanya dukungan sosial yang dirasakan penggemar, mengurangi kesepian, dan menghasilkan kepuasan tersendiri bagi penggemar. Tetapi dalam jangka waktu panjang, hubungan parasosial yang berlebihan dapat menimbulkan bentuk-bentuk ekstrem dan patologis. Dampak negatif tersebut seperti menyulitkan penggemar dalam beradaptasi di lingkungan sosial yang nyata, ketidakmampuan melihat realitas, muncul perilaku obsesif, menginginkan atau mengharapkan hubungan timbal balik dari figur idola, hingga mengakibatkan munculnya delusi dari hubungan parasosial seperti ketika penggemar menganggap idolanya sebagai belahan jiwa atau jodohnya (Hartmann, 2017). Jadi dapat disimpulkan bahwa hubungan parasosial merupakan sebuah situasi dimana audiens atau penggemar merasa mengenal dekat dan menciptakan suatu hubungan satu arah yang bersifat ilusi dengan seorang figur media yang diidolakannya.

## 2. Jenis Hubungan Parasosial

Pada perkembangannya, Rubin dan Perse menyatakan bahwa figur yang ditampilkan oleh media dapat dianggap sebagai teman dan bagian dari dunia sosial dari penggemar (Rubin *et al.*, 2009), maka hubungan parasosial dapat dikategorikan sebagai berikut :

### a. Persahabatan Parasosial (*Parasocial Friendship*)

Hubungan ini ditandai adanya rasa suka terhadap idola, rasa setia kawan dengan idola, percaya terhadap idola, dan adanya keinginan untuk saling berkomunikasi dengan idola. *Parasocial friendship* ini memiliki dua indikator yaitu komunikasi serta dukungan dan rasa setia kawan. Komunikasi adalah tingkat keinginan penggemar untuk berkomunikasi dengan idolanya. Sedangkan dukungan dan

rasa setia kawan merupakan tingkat keinginan penggemar untuk berusaha setia dan mendukung idolanya. Contohnya adalah ketika idolanya mengalami sebuah skandal yang mengganggu kegiatannya sebagai artis atau selebriti, penggemar akan mengirim komentar-komentar yang berisi dukungan di media sosial milik idolanya.

b. *Cinta Parasosial (Parasocial Love)*

Hubungan ini ditandai dengan meningkatnya rasa ingin bertemu dengan idola, merasa ingin berada di dekat idola secara fisik, serta keinginan untuk diperhatikan oleh idola. Perasaan cinta ini didasarkan adanya keintiman serta melibatkan keinginan yang kuat untuk berada di dekat idola.

**3. Aspek *Parasocial Relationship***

Maltby (2016) menyatakan terdapat tiga aspek yang bisa menggambarkan suatu tingkatan dalam hubungan parasosial yang dilakukan penggemar terhadap idolanya, sebagai berikut :

a. *Entertainment Social Value*

Yaitu motivasi penggemar dalam melakukan pencarian aktif terhadap figur idolanya. Dalam hal ini, biasanya penggemar menggunakan media sosial sebagai sarana dalam mencari informasi terbaru mengenai idolanya dan mengidolakan untuk sarana hiburan.

b. *Intense Personal Feeling*

Yaitu penggemar mulai mempunyai perasaan yang intens terhadap idolanya, hal ini hampir sama dengan berkembangnya tendensi perilaku obsesif pada penggemar. Penggemar menjadi memiliki kebutuhan untuk mengetahui apapun bahkan hal-hal yang bersifat personal tentang idolanya. Sejalan dengan meningkatnya intensitas berhubungan dengan idola, penggemar mulai menganggap idolanya sebagai orang dekat sehingga mempengaruhi perkembangan hubungan parasosial dengan idola.

c. *Borderline Pathological Tendency*

Yaitu tingkatan yang paling parah yang ditandai dengan perilaku obsesif yang semakin parah, bersedia melakukan hal apapun demi bisa berhubungan dan berada di dekat idola. Bahkan banyak penggemar ekstrem rela melakukan hal

yang melanggar hukum. Penggemar ini biasanya mempunyai pemikiran yang irasional sehingga mengganggu idolanya, orang lain, dan diri sendiri.

Hartmann (2017) juga menyatakan terdapat aspek lainnya dari hubungan parasosial yaitu ;

a. *Character Perception VS Communication*

Yaitu karakter persona media mampu mempengaruhi bentuk interaksi antara penggemar dengan seorang figur media atau sosok yang diidolakannya yaitu berupa komunikasi interpersonal. Kemungkinan besar interaksi tersebut juga terjadi secara tidak langsung melalui media sosial. Sehingga hal tersebut dapat dikatakan sebagai persepsi sederhana dari karakter persona yang ditunjukkan oleh figur media.

b. *Nonreciprocity*

Yaitu perkembangan teknologi dan media sosial turut mempengaruhi terciptanya hubungan parasosial. Pada masa-masa terdahulu, karakter media massa tidak dapat memberikan sebuah *feedback* atau timbal balik kepada penggemarnya. Sedangkan di masa sekarang, para figur media dapat memberikan *feedback* ataupun sapaan kepada penggemarnya melalui berbagai macam media sosial.

c. *Authenticity*

Yaitu karakter persona dari figur media mampu memaparkan dampak interaksi pada hubungan parasosial.

d. *Sense of Companionship*

Yaitu penggemar merasakan sebuah kepuasan saat membentuk hubungan parasosial dengan idolanya.

e. *Pseudo Friendship*

Yaitu penggemar mempunyai rasa persahabatan semu atau tidak nyata dengan sosok figur media.

f. *Personal Identity*

Yaitu penggemar menjadikan tingkah laku dari figur media sebagai role model bagi pemahaman bagi dirinya sendiri.

g. Pedoman Tingkah Laku

Yaitu penggemar menjadikan tingkah laku sosial atau budaya dari latar belakang figur media sebagai pedoman tingkah laku dalam kehidupan sehari-hari.

h. Pemirsa Patologis

Yaitu peniruan tingkah laku dari figur media yang tidak sesuai dengan kondisi sosial dan budaya yang dimiliki oleh penggemar dapat menyebabkan kondisi patologis dari penggemar tersebut.

Adapun aspek-aspek lain (Stever, 2013) dari hubungan parasosial yaitu :

a. *Task Attraction*

Audiens menunjukkan adanya ketertarikan yang didasari kemampuan atau talenta yang dimiliki oleh figur idola.

b. *Identification Attraction*

Penggemar menunjukkan adanya keinginan menjadikan idola sebagai *role model* dan sering menghubungkan diri sendiri dengan idola.

c. *Romantic Attraction*

Penggemar menunjukkan ketertarikan lebih dan adanya rasa ingin menjalin hubungan dalam konteks romantis seperti ingin menjadi pacar atau berpasangan dengan idola.

**B. Intensitas Menonton**

**1. Pengertian Intensitas Menonton Youtube**

*Intensity* (intensitas) dapat diartikan sebagai kekuatan dari sebuah perilaku yang ditunjukkan dan dilakukan oleh individu. Kartono dan Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), intensitas diartikan sebagai keadaan tingkatan atau ukuran intensnya. Ajzen berpendapat bahwa intensitas merupakan sebuah usaha seseorang dalam melakukan suatu tindakan tertentu (Ajzen, 2005). Tindakan tersebut dilakukan pada periode waktu tertentu dan jumlah tindakan yang dilakukan tersebut dapat diartikan sebagai intensitas. Azwar berpendapat bahwa intensitas dapat diartikan sebagai sebuah kekuatan sikap terhadap sesuatu hal. Dahrendrof mengartikan intensitas sebagai pengeluaran energi dan banyaknya kegiatan yang dilakukan individu secara konsisten dalam kurun waktu tertentu (Ariendya, 2017).

Intensitas berarti keadaan atau tingkatan individu dalam melakukan suatu hal atau kegiatan secara konsisten dan terus-menerus. Intensitas dipengaruhi oleh jumlah waktu yang dihabiskan oleh individu dalam melakukan suatu hal (Tubbs, Mulyana, Moss, & Gembirasari, 2005). Jumlah waktu tersebut dapat dilihat dari banyaknya durasi yang dihabiskan dalam melakukan suatu kegiatan dan frekuensi dalam melakukan kegiatan tersebut. Intensitas dapat dilihat berdasarkan banyaknya waktu yang dihabiskan serta frekuensi atau pengulangan perilaku oleh individu (Andarwati & Sankarto, 2005). Selain itu, dalam penelitian yang dilakukan oleh Putri, Erlyani, dan Mayangsari pada tahun 2016 juga memberikan pendapat yang sama bahwa intensitas dapat dilihat berdasarkan frekuensi dan durasi. Frekuensi merupakan tingkat keseringan atau pengulangan dalam melakukan sesuatu hal, sedangkan durasi adalah seberapa lama waktu yang digunakan oleh individu dalam melakukan hal tersebut.

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia, menonton diartikan sebagai kegiatan melihat pertunjukan, gambar hidup, dan sebagainya. Sedangkan menurut Sardji, pengertian menonton adalah sebuah proses yang disadari atau tidak disadari akan membangun sebuah ilusi dan mempengaruhi emosi, pikiran, perhatian, dan pikiran manusia saat melihat tayangan-tayangan. Menonton juga memerlukan suatu aspek yaitu perhatian untuk menggali informasi dari sebuah tayang di media tertentu. Menonton diartikan sebagai aktivitas menyaksikan atau melihat suatu tayangan atau pertunjukan. Menonton merupakan suatu tindakan melihat tayangan media tertentu (Budiman, 2002). Tucker menyampaikan bahwa menonton adalah perilaku pasif dimana pikiran penonton akan berhenti, interaksi personal akan terhenti, serta tubuh tidak berpindah (Setiawan, 2005).

Dapat disimpulkan bahwa intensitas yaitu keadaan individu dalam melakukan suatu hal atau perilaku yang dapat ditinjau dari frekuensi atau seringnya pengulangan dan durasi atau lamanya waktu yang dibutuhkan untuk melakukan suatu hal atau perilaku tersebut. Sedangkan menonton merupakan kegiatan melihat, memperhatikan, dan memahami sebuah tayangan tertentu atau pertunjukan tertentu dan melibatkan fungsi psikologis pada individu. Jadi intensitas menonton adalah individu melihat sebuah tayangan atau pertunjukan tertentu secara berulang kali dan

dalam kurun waktu tertentu. Tayangan-tayangan tersebut dapat dilihat melalui berbagai media seperti televisi atau media sosial seperti youtube.

Youtube merupakan salah satu *website* yang menjalankan fiturnya dengan menggunakan internet. Di Youtube, pengguna dapat mengunggah video sendiri serta menonton video-video yang diposting oleh pengguna lain. Youtube adalah sebuah platform yang menyajikan video *online* dan kegunaan utama dari situs ini adalah sebagai media untuk mencari, menonton, dan membagikan video yang mampu menembus ke seluruh penjuru dunia melalui sebuah *website*. Youtube didirikan oleh Steve Chen dan Chad Hurley pada tahun 2005 dan sekarang Youtube telah dibeli oleh Google dan resmi beroperasi sebagai anak perusahaan di bawah Google. Youtube menampilkan berbagai macam konten video yang dibuat dan diposting oleh pengguna seperti video musik, video blog, klip film, dan konten menarik lainnya. Youtube mempunyai bentuk media yang digolongkan dalam bentuk audio dan visual yang berisi video yang berupa gambar bergerak dan suara.

Youtube sebagai web penyedia konten video berbasis internet atau online membuat individu mampu melakukan aktivitas menonton, membangun interaksi tertentu, dan melibatkan atau bahkan mempengaruhi psikologis pada individu tersebut (Boerman & Reijmersdal, 2020). Intensitas menonton Youtube merupakan besarnya kekuatan perilaku melihat tayangan konten video di Youtube yang diunggah oleh pengguna atau kreator tertentu yang dapat ditinjau dari tingkat frekuensi dan tingkat durasi yang digunakan oleh individu. Jadi dapat disimpulkan bahwa intensitas menonton Youtube NCT merupakan kegiatan melihat tayangan video yang dibuat oleh member NCT dan diunggah oleh kanal youtube resmi milik NCT dengan tingkatan frekuensi dan durasi tertentu yang dilakukan oleh penggemar NCT atau NCTZen.

## **2. Aspek Intensitas Menonton**

Andarwati dan Sankarto berpendapat aspek intensitas menonton terbagi menjadi dua yakni meliputi durasi dan frekuensi. Durasi adalah gambaran seberapa lama individu menggunakan atau menonton video di media sosial yang dilatarbelakangi oleh berbagai alasan atau tujuan. Sedangkan frekuensi merupakan tingkatan seberapa sering individu mengakses media sosial untuk menonton video-

video tertentu. Frekuensi diukur menggunakan satuan rentang waktu seperti per hari atau per minggu.

Ajzen (Ajzen, 2005) menjelaskan bahwa pada intensitas menonton terdapat empat aspek yang terbagi sebagai berikut :

- a. Perhatian, yaitu suatu ketertarikan pada objek tertentu. Hal ini digambarkan dengan adanya sebuah stimulus kemudian direspon dengan berupa tersitanya perhatian yang dimiliki individu terhadap objek yang dituju. Perhatian dalam menonton tayangan Youtube berarti individu memberikan perhatian serta waktu dan tenaga untuk menonton tayangan-tayangan dari Youtube yang dipilih oleh individu tersebut.
- b. Penghayatan, yaitu berupa penyerapan mengenai informasi, memahami isi informasi tersebut, kemudian disimpan sebagai pengetahuan atau wawasan baru bagi individu. Penghayatan dalam menonton tayangan Youtube merupakan penyerapan dan pemahaman terhadap isi tayangan di Youtube yang dipilih individu dan kemudian diproses sebagai pengetahuan baru.
- c. Durasi, yaitu jumlah waktu yang digunakan dan dibutuhkan oleh individu untuk melakukan perilaku atau kegiatan yang dipilih sendiri oleh individu tersebut. Durasi menonton Youtube dapat diartikan sebagai lamanya waktu yang digunakan oleh individu untuk menonton tayangan-tayangan yang ada di Youtube.
- d. Frekuensi, yaitu banyaknya pengulangan terhadap perilaku yang dipilih dan dilakukan oleh individu. Frekuensi dalam menonton Youtube merupakan tingkat keseringan individu dalam menonton tayangan di Youtube yang bisa berubah dalam kurun waktu tertentu.

(Nuraini, 2011) juga menyatakan bahwa intensitas juga mempunyai aspek-aspek sebagai berikut :

- a. Motivasi, yaitu sebuah dorongan internal dari dalam diri individu yang mempengaruhi individu untuk melakukan sesuatu hal. Motivasi sebagai pendorong daya untuk berperilaku atau berbuat sesuatu yang lebih terarah.
- b. Durasi Kegiatan, yaitu penggunaan waktu atau seberapa lamanya individu melakukan kegiatan yang diminatinya tersebut.

- c. Frekuensi Kegiatan, yaitu tingkat keseringan pada individu dalam melakukan suatu kegiatan tersebut dalam periode waktu tertentu.
- d. Presentasi, yaitu rencana, sasaran, atau target yang ingin dicapai atau dituju dari kegiatan yang telah dilakukan oleh individu.
- e. Arah Sikap, yaitu individu bisa bertindak atau bertingkah laku secara positif maupun negatif sebagai hasil dari kegiatan yang dilakukan.
- f. Minat, munculnya minat dipengaruhi ketika individu tertarik pada suatu hal atau kegiatan serta individu merasakan bahwa hal tersebut sesuai dengan kebutuhannya dan menghadirkan makna tertentu bagi dirinya. Minat tersebut berkaitan dengan afektif dan kognitif sehingga juga mempengaruhi pengalaman psikologis yang lainnya.

### **C. Remaja**

Menurut World Health Organization (WHO), remaja adalah penduduk yang berada dalam rentang usia 10-19 tahun. Dalam peraturan yang dikeluarkan oleh Kementerian Kesehatan Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2014, remaja merupakan penduduk dalam usia 10 hingga 18 tahun. Sedangkan, Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN) menyatakan bahwa rentang usia remaja dimulai dari usia 10 tahun hingga 24 tahun dan belum menikah. Santrock menyatakan bahwa masa remaja adalah salah satu fase perkembangan manusia periode transisi dari masa kanak-kanak menuju dewasa. Pada masa ini dalam rentang usia 10 hingga 22 tahun, individu mengalami berbagai pertumbuhan dan perkembangan seperti perubahan kondisi fisik dan biologis, perkembangan fungsi kognitif dan psikologis, serta peningkatan kemampuan sosioemosional (Wade and Tavris, 2008).

Hurlock menyatakan bahwa masa remaja mengalami banyak perubahan, baik secara fisik maupun psikologis. Perubahan fisik meliputi pertumbuhan alat seksual hingga matang. Sedangkan perubahan psikologis dapat berupa kematangan emosi, perkembangan kognitif, dan kehidupan sosial. Remaja diharapkan mampu menjalankan tugas-tugas perkembangan yang harus dipenuhi di masa remaja seperti mengambil peran sosial, kemandirian emosi, mampu membangun pergaulan dengan teman sebaya maupun lingkungan sosial, mampu membangun komunikasi

dengan orang lain, dan mampu mengendalikan diri sendiri. Dapat disimpulkan bahwa remaja merupakan individu yang sedang berada dalam fase peralihan dari kanak-kanak menuju dewasa dengan mengalami pertumbuhan dan perubahan fisik serta biologis, perkembangan aspek psikologis, kemampuan sosioemosional, yang selanjutnya dapat digunakan untuk memenuhi tugas-tugas perkembangan.

Pada saat remaja, remaja memasuki fase kritis dalam perkembangan identitas dan memainkan peran transisi selama masa remaja. Remaja biasanya ingin membangun sebuah hubungan atau keterikatan dengan orang lain, terutama hubungan yang bersifat romantis (Adams-price, 1990). Sebagai contoh, remaja membangun keterikatan romantis dengan musisi atau aktor yang diidolakannya sehingga memungkinkan remaja memerankan sebuah hubungan imajiner dengan figur tersebut sebagai “pelatihan” untuk membangun hubungan di masa dewasa yang akan datang (Hinerman, Steele and Brown, 1995). Keterikatan pada figur media dapat disebut dengan hubungan parasosial, dimana interaksi bersifat satu arah dan penggemar merasakan bahwa mereka mengetahui tentang figur tersebut dan membangun hubungan layaknya teman (Giles, 2002).

#### **D. Hubungan Antara Intensitas Menonton Youtube NCT dengan *Parasocial Relationship***

Banyak idola atau *public figure* yang memanfaatkan adanya media sosial untuk menunjukkan karya dan eksistensinya, bahkan karakter fiksi dari serial *anime* atau buku fiksi juga mempunyai tempat diskusi oleh penggemarnya di berbagai media sosial (Sadida & Suryanto, 2022) Fenomena ini dapat disebut dengan istilah parasosial yang pertama kali dicetuskan oleh Horton dan Wohl, parasosial ini diartikan sebagai keterlibatan secara emosional satu arah yang dialami oleh penggemar dengan figur media yang menyebabkan keintiman yang bersifat ilusi.

Pada penelitian ini, subjek yang akan digunakan adalah remaja berusia 15-22 tahun, karena pada masa remaja biasanya individu dihadapkan dengan berbagai tugas perkembangan seperti mengambil peran sosial dan membangun hubungan intim dengan orang lain. Salah satu dampak dari penggunaan media adalah tokoh-tokoh dari media dan budaya populer muncul dalam kehidupan fase remaja dan memberikan peran yang dinilai cukup penting (Maltby, 2016). Namun, ada remaja

yang mungkin mengalami kesulitan membangun sebuah hubungan di kehidupan nyata sehingga menciptakan hubungan parasosial dengan figur media yang diidolakan untuk memenuhi kebutuhan terhadap hubungan sosial.

Perse & Rubin menyatakan bahwa parasosial tercipta dari ketertarikan individu terhadap *public figure* yang ditampilkan oleh media yang membuat individu ingin menyaksikan program dari figur tersebut, mencari tahu hal-hal yang berkaitan dari figur idola, serta mendukung kegiatan yang dilakukan idola di luar program yang ditontonnya (Perse and Rubin, 2014). Intensitas menonton Youtube NCT merupakan kegiatan menonton tayangan video yang dibuat oleh member NCT dan diunggah oleh saluran resmi NCT dengan tingkatan frekuensi dan durasi tertentu yang dilakukan oleh penggemar NCT atau NCTZen. Youtube sebagai salah satu media sosial yang berisi konten-konten video telah dimanfaatkan sebagai media informasi dan komunikasi bagi penggemar dengan figur media yang disukainya. Penggemar NCT banyak mengakses saluran Youtube resmi milik NCT dan menonton berbagai konten video yang diunggah oleh NCT seperti video musik, *game show*, *daily life*, dan masih banyak lainnya. Intensitas menonton saluran Youtube milik NCT yang cukup tinggi terlihat dari jumlah *subscribers* yang mencapai angka 5,69 juta tentunya memberikan dampak paparan yang cukup tinggi juga bagi penggemarnya.

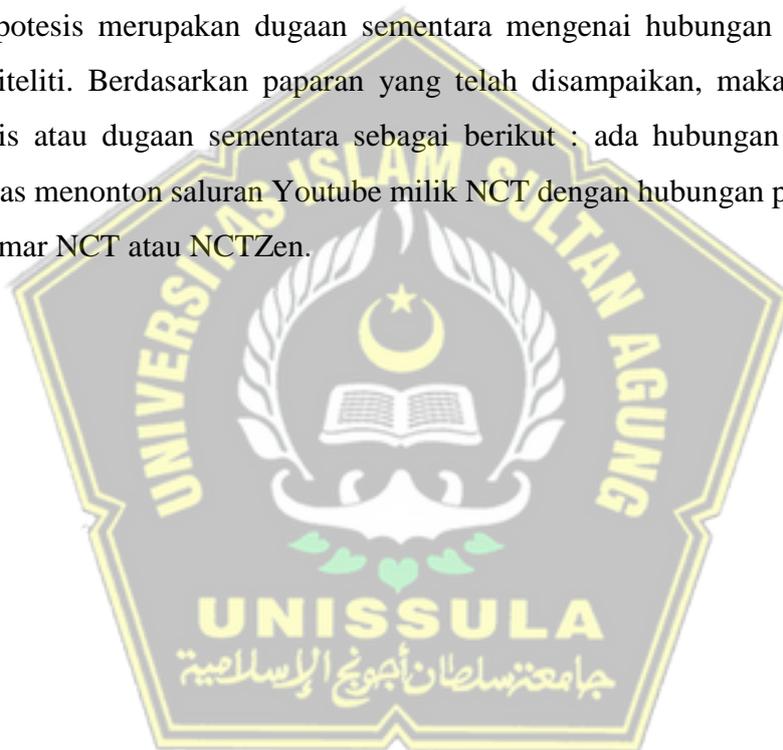
Hubungan parasosial dapat diartikan sebagai hubungan tidak nyata yang diciptakan oleh pengguna media yang biasanya diakibatkan oleh situasi paparan media antara pengguna media dengan figur media (Maltby, 2016). Hubungan parasosial merupakan sebuah hasil rekaan dari media massa berupa hubungan yang bersifat ilusi yang diciptakan oleh penggemar terhadap figur media yang dijadikan sebagai idola. Menurut Gleason, hubungan parasosial memberikan beberapa dampak positif bagi penggemar seperti peningkatan rasa percaya diri, penetapan *role model* dalam berperilaku dalam kegiatan sehari-hari, dan peningkatan motivasi dalam melakukan hal-hal baik seperti amal dan donasi (Gleason, Theran, & Newberg, 2017). Namun, hubungan parasosial juga memberikan dampak negatif hingga patologis bagi penggemar di antaranya adalah perilaku obsesi, delusi atau halusinasi terhadap keintiman dengan figur media, pemujaan terhadap idola secara

berlebihan, munculnya perilaku agresi verbal, dan imitasi yang berlebihan (Dibble, Hartmann and Rosaen, 2016).

Adanya eksposur yang besar pada figur media (idola) akan memberikan pengaruh yang lebih besar dalam peningkatan terjadinya hubungan parasosial (Bond & Calvert, 2014). Paparan media mengenai sosok idola telah tersedia dimana-mana serta dapat diakses dengan mudah contohnya adalah Youtube (Kurtin *et al.*, 2018).

### **E. Hipotesis**

Hipotesis merupakan dugaan sementara mengenai hubungan antar variabel yang diteliti. Berdasarkan paparan yang telah disampaikan, maka dapat ditarik hipotesis atau dugaan sementara sebagai berikut : ada hubungan positif antara intensitas menonton saluran Youtube milik NCT dengan hubungan parasosial pada penggemar NCT atau NCTZen.



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Identifikasi Variabel**

Penelitian ini menggunakan metode korelasional dengan dua variabel penelitian. Variabel penelitian merupakan objek yang telah ditetapkan menjadi sasaran penelitian yang kemudian dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Variabel bebas dapat diartikan sebagai variabel yang dapat mempengaruhi sehingga menjadi sebab adanya variabel tergantung. Sedangkan variabel tergantung adalah variabel yang menerima pengaruh atau menjadi akibat dari variabel bebas (Sugiyono, 2016). Pada penelitian ini, variabel yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Variabel Bebas : Intensitas Menonton Youtube
2. Variabel Tergantung : Hubungan Parasosial

#### **B. Definisi Operasional**

Definisi operasional digunakan dengan maksud untuk menentukan persamaan persepsi sehingga terdapat persamaan dalam pemahaman terhadap pengertian dari kedua variabel di dalam penelitian ini. Oleh karena itu, definisi operasional digunakan untuk menghindari adanya kekeliruan atau perbedaan dalam penafsiran dan pemahaman terhadap judul, maka penulis akan menjelaskan definisi dan beberapa istilah yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Intensitas Menonton NCT

Intensitas menonton Youtube NCT merupakan kegiatan melihat satu atau beberapa tayangan video yang diunggah di Youtube NCT yang dilakukan oleh individu secara konsisten dalam kurun waktu tertentu serta mengarahkan perhatian dan konsentrasinya pada tayangan tersebut. Pada penelitian ini akan diukur menggunakan skala intensitas yang dibuat berdasarkan pada empat aspek yang disusun oleh Azjen yaitu perhatian, penghayatan, frekuensi, dan durasi. Skala ini berisi 24 aitem pernyataan yang diukur menggunakan skala likert. Semakin tinggi skor yang diperoleh maka akan semakin tinggi tingkat intensitas menonton Youtube yang dilakukan oleh subjek. Sebaliknya, apabila semakin

rendah skor yang diperoleh subjek maka semakin rendah pula tingkat intensitas menonton youtube yang dilakukan oleh subjek.

## 2. Hubungan Parasosial

Hubungan parasosial merupakan sebuah keadaan emosional sepihak atau satu arah yang bersifat ilusi yang dibangun oleh seorang penggemar dengan figur media seperti artis, selebriti, bahkan karakter fiksi yang ditayangkan oleh media. Dalam penelitian ini, hubungan parasosial akan diukur dengan skala berdasarkan tiga level hubungan parasosial yang disusun oleh Maltby yaitu *entertainment social value*, *intense personal feeling*, dan *borderline pathological tendency*. Skala ini berisi 36 aitem pernyataan yang diukur menggunakan skala likert. Semakin tinggi skor yang diperoleh maka akan semakin tinggi hubungan parasosial yang dialami oleh subjek. Sebaliknya, apabila semakin rendah skor yang diperoleh subjek maka semakin rendah pula hubungan parasosial yang dialami oleh subjek.

### C. Populasi, Sampel, dan Sampling

#### 1. Populasi

Menurut Sugiyono, populasi adalah subjek yang memiliki karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dijadikan sebagai subjek dalam penelitian (Sugiyono, 2016). Populasi dalam penelitian ini adalah remaja penggemar *boygroup* NCT yang tergabung dalam komunitas NCTZen Semarang dengan rentang usia 15-22 tahun. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti dengan salah satu admin komunitas NCTzen Semarang, didapatkan jumlah populasi sebesar 150 orang dalam komunitas NCTZen Semarang yang berada dalam rentang usia 15-22 tahun.

#### 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari keseluruhan jumlah dan karakteristik dari populasi yang telah dipilih oleh peneliti. Penelitian dapat menggunakan sampel yang paling representatif yang diambil populasi tersebut. Dalam penelitian ini, sampel yang digunakan adalah NCTZen yang berada di Kota Semarang yang berusia 15-22 tahun dengan jenis kelamin laki-laki maupun perempuan. Sampel

yang digunakan dalam penelitian ini adalah 30% dari jumlah populasi yaitu sebanyak 45 orang.

### 3. Teknik Sampling

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling* yaitu salah satu teknik pengambilan sampel dengan menentukan kriteria tertentu (Sugiyono, 2008). Dalam penelitian ini digunakan sampel dengan kriteria remaja yang berusia 15 hingga 22 tahun.

#### D. Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan alat ukur berupa skala psikologi. Skala psikologi merupakan sekumpulan daftar pertanyaan yang diajukan untuk mengungkap atribut tertentu dari variabel penelitian melalui respon atau jawaban yang diberikan subjek terhadap pertanyaan tersebut (Azwar, 2017). Dalam penelitian ini menggunakan 2 skala yaitu skala intensitas menonton dan skala hubungan parasosial. Peneliti melakukan penyebaran skala menggunakan *google form* untuk menjangkau subjek dengan mudah. Untuk mengukur derajat jawaban responden pada kuesioner akan digunakan skala Likert.

##### 1. Skala Intensitas Menonton

Alat ukur yang dipilih untuk mengukur variabel X yaitu intensitas menonton berdasarkan 4 aspek yang dikemukakan oleh Ajzen pada tahun 2005 yaitu perhatian, penghayatan, durasi dan frekuensi, yang kemudian aitemnya dimodifikasi oleh peneliti. Skala intensitas menonton tersebut terdiri dari 24 aitem, dimana 12 aitem berupa aitem *favorable* dan 12 aitem berupa aitem *unfavorable*.

**Tabel 1 Blueprint Skala Intensitas Menonton**

No	Aspek	Aitem		Jumlah
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1	Perhatian	3	3	6
2	Penghayatan	3	3	6
3	Durasi	3	3	6
4	Frekuensi	3	3	6
<b>Total</b>		12	12	12

## 2. Instrumen Hubungan Parasosial

Alat ukur yang dipilih untuk mengukur variabel Y yaitu hubungan parasosial yaitu berdasarkan aspek yang disebut pada *celebrity attitude scale* (CAS) yang dikembangkan oleh Maltby. Skala hubungan parasosial dalam penelitian ini terdiri dari 36 aitem, dimana 18 aitem merupakan aitem *favorable* dan 18 aitem berupa aitem *unfavorable*. Ketentuan secara jelas terinci pada tabel 2.

**Tabel 2 Blueprint Skala Hubungan Parasosial**

No.	Aspek	Aitem		Jumlah
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1	<i>Entertainment Social Value</i>	6	6	12
2	<i>Intense Personal Feelings</i>	6	6	12
3	<i>Borderline Pathological Tendency</i>	6	6	12
<b>Total</b>		18	18	36

Penskoringan kedua instrumen penelitian yaitu skala intensitas menonton dan hubungan parasosial menggunakan skala Likert berupa 4 poin. Untuk aitem yang bersifat *favorable* memiliki rentang poin 4 (Sangat Setuju), 3 (Setuju), 2 (Tidak Setuju), dan 1 (Sangat Tidak Setuju). Sedangkan untuk aitem *unfavorable* memiliki rentang poin 4 (Sangat Tidak Setuju), 3 (Tidak Setuju), 2 (Setuju), dan 1 (Sangat Setuju).

**Tabel 3 Norma Penilaian Aitem**

	SS	S	TS	STS
<i>Favorable</i>	4	3	2	1
<i>Unfavorable</i>	1	2	3	4

## E. Validitas, Daya Beda Aitem, dan Reliabilitas

### 1. Uji Validitas

Kualitas dan ketepatan sebuah kuesioner dapat diketahui dari hasil uji validitas dan reliabilitas dari skala yang sudah dibuat. Validitas yang berasal dari kata *validity* merupakan sejauh mana ketepatan alat ukur dalam menentukan fungsinya untuk mengukur suatu atribut dalam penelitian (Azwar, 2016). Azwar

(2016) menyatakan bahwa hal yang paling penting dari validasi skala psikologi adalah dapat membuktikan bahwa seluruh aspek, indikator, serta aitem-aitemnya dapat membentuk sebuah konstruk yang akurat untuk atribut yang diukur dalam penelitian.

Validitas dari suatu perangkat alat tes dapat diartikan sebagai kemampuan tes untuk mengukur hal-hal yang seharusnya diukur. Suatu alat ukur dapat dikatakan memiliki validitas yang tinggi apabila alat tersebut mampu menjalankan fungsi ukurnya dengan memberikan hasil atau skor ukur yang sesuai dengan tujuan dari pengukuran tersebut. Alat tes yang tidak menunjukkan hasil atau skor yang tidak relevan dengan tujuan pengukuran dapat dianggap sebagai alat tes yang memiliki validitas rendah.

## 2. Uji Daya Beda Aitem

Daya beda aitem digunakan untuk mengukur sejauh mana mampu membedakan aitem individu yang memiliki atau tidak memiliki atribut yang diukur. Standar pengukuran daya beda aitem yang digunakan berdasarkan pada pendapat Azwar (2017) yang menyatakan bahwa suatu aitem yang mempunyai daya beda aitem yang baik apabila memperoleh hasil  $R_{ix} > 0,30$ . Namun, apabila jumlah aitem yang digunakan belum mencukupi sesuai jumlah yang diinginkan maka standar pengukuran dapat diturunkan dari 0,30 menjadi 0,25. Standar pengukuran daya beda aitem yang digunakan dalam penelitian ini adalah 0,30. Aitem-aitem yang dapat mencapai batas minimal kriteria pengukuran yaitu 0,30 maka dapat dinyatakan bahwa aitem tersebut memenuhi dan mempunyai daya beda aitem yang baik.

## 3. Uji Reliabilitas

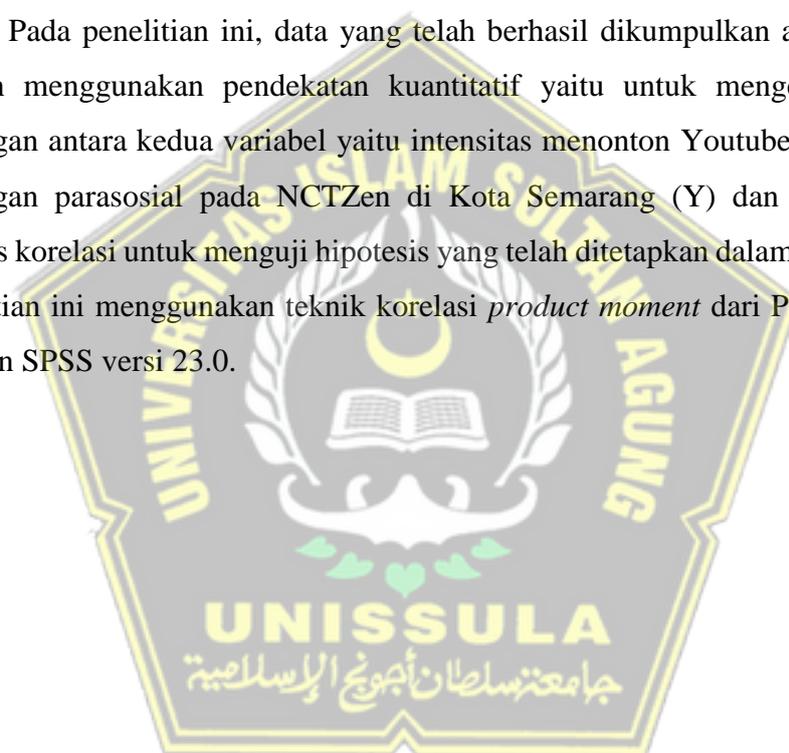
Azwar (2017) menyatakan bahwa alat tes dan skala psikologi menuntut koefisiensi reliabilitas yang tinggi sehingga dapat dinyatakan memuaskan. Reliabilitas dapat dikatakan sebagai ketetapan dari sebuah alat tes dalam penelitian (Bandur, 2018). Reliabilitas adalah derajat konsistensi dari hasil variabel yang tengah diteliti.

Reliabilitas mengacu pada konsistensi hasil ukur yang mengandung makna yaitu berupa tingkat kecermatan pengukuran. Nilai koefisien reliabilitas berada

dalam rentang 0 sampai dengan 1,00. Apabila nilai koefisien reliabilitas semakin mendekati angka 1,00 maka semakin reliabel juga pengukurannya (Azwar, 2017). Begitupun sebaliknya, apabila nilai koefisien reliabilitasnya mendekati angka 0 maka reliabilitasnya semakin rendah (Azwar, 2017). Penghitungan statistik untuk menguji reliabilitas dari kedua variabel menggunakan bantuan SPSS versi 23.0.

#### **F. Teknik Analisis Data**

Pada penelitian ini, data yang telah berhasil dikumpulkan akan dianalisis dengan menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu untuk mengetahui adanya hubungan antara kedua variabel yaitu intensitas menonton Youtube NCT (X) dan hubungan parasosial pada NCTZen di Kota Semarang (Y) dan menggunakan analisis korelasi untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan teknik korelasi *product moment* dari Pearson dengan bantuan SPSS versi 23.0.



## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### A. Orientasi Kancah Penelitian dan Pelaksanaan Penelitian

#### 1. Gambaran Umum Komunitas NCTZen Semarang

Komunitas NCTZen Semarang merupakan merupakan sebuah komunitas penggemar dari boygroup asal Korea Selatan yaitu NCT (Neo Culture Psychology) yang terdiri dari 4 unit yang debut di bawah naungan SM Entertainment. Unit pertama yang debut adalah NCT U pada tanggal 9 April 2016, disusul unit kedua yaitu NCT 127 debut pada tanggal 7 Juli 2016, unit ketiga ada NCT Dream yang debut tanggal 25 Agustus 2016, dan unit terakhir yang debut adalah Way-V di tanggal 17 Januari 2019. Pada tahun 2022, NCT mempunyai 23 member yaitu Moon Taeil (Taeil), Lee Taeyong (Taeyong), Johnny Suh (Johnny), Nakamoto Yuta (Yuta), Qian Kun (Kun), Kim Doyoung (Doyoung), Chittaphon Leechaiyapornkul (Ten), Jung Yoonho (Jaehyun), Dong Sicheng (Winwin), Kim Jungwoo (Jungwoo), Huang Xu-xi (Lucas), Mark Lee (Mark), Xiao Dejun (Xiaojun), Huang Guanheng (Hendery), Huang Renjun (Renjun), Lee Jen0 (Jeno), Lee Donghyuck (Haechan), Na Jaemin (Jaemin), Liu Yangyang (Yangyang), Osaki Shotaro (Shotaro), Jung Sungchan (Sungchan), Zhong Chenle (Chenle), dan Park Jisung (Jisung).

Berdasarkan informasi yang didapat dari hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti dengan Yaya selaku salah satu pengurus komunitas NCTZen Semarang, komunitas ini mulai dibentuk tahun 2019. Anggota di dalam komunitas didominasi oleh perempuan, namun terdapat juga anggota laki-laki yang tergabung di komunitas ini, hal ini dapat dilihat dari tabel 4.

**Tabel 4 Deskripsi Subjek**

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Jumlah</b>	<b>%</b>
Perempuan	42	93,3
Laki-laki	3	6,7
<b>Total</b>	<b>45</b>	<b>100</b>

Komunitas ini aktif secara *online* maupun *offline*. Komunitas ini sering menyelenggarakan event yang berkaitan dengan NCT atau kegiatan *fangirling* lainnya, biasanya mereka mengadakan di cafe sekitar Semarang. Komunitas ini aktif secara *online* dengan membuat grup percakapan di aplikasi Whatsapp, biasanya mereka saling berkenalan, membicarakan bias masing-masing, dan membagikan informasi-informasi terbaru mengenai NCT. Ada beberapa event yang pernah dilakukan komunitas ini yaitu *gathering* merupakan agenda kegiatan berkumpul bersama antar anggota yang diselenggarakan di satu tempat, selanjutnya ada *project birthday party* untuk merayakan ulang tahun member NCT, dan yang terakhir dilakukan adalah nonton bersama film atau konser yang dilakukan oleh NCT.

## 2. Persiapan dan Pelaksanaan Penelitian

### a. Penyusunan Alat Ukur

Dalam melakukan penelitian ini, alat ukur yang digunakan adalah alat ukur yang berupa skala psikologi. Skala psikologi merupakan suatu alat ukur yang berupa kumpulan pernyataan yang disusun dengan cara mendeskripsikan aspek-aspek dari variabel yang sedang diteliti yang kemudian diubah menjadi beberapa item atau pernyataan guna untuk mengukur suatu atribut psikologis (Azwar, 2017).

Penelitian yang akan dilakukan ini menggunakan dua skala psikologis, yaitu skala intensitas menonton dan skala hubungan parasosial. Pada kedua skala tersebut, terdapat beberapa pernyataan dengan empat pilihan jawaban yang harus dijawab oleh subjek penelitian. Pilihan jawaban dalam penelitian ini menggunakan skala Likert dengan menghilangkan satu jawaban yaitu netral. Karena jika disediakan jawaban netral akan menimbulkan kecenderungan subjek menjawab ke tengah terutama bagi subjek yang ragu-ragu atas apa yang dialaminya. Sehingga opsi jawaban yang disediakan adalah SS – S – TS – STS untuk mengetahui kecenderungan subjek ke arah setuju atau ke arah tidak setuju.

## 1) Skala Intensitas Menonton

Skala intensitas menonton disusun menggunakan aspek-aspek yang dikemukakan oleh Ajzen (2005). Aspek intensitas menonton terdiri dari perhatian, penghayatan, durasi, dan frekuensi. Total aitem dalam skala intensitas menonton adalah sebanyak 24 aitem yang terdiri dari 12 aitem favorable dan 12 aitem unfavorable seperti pada tabel 5.

**Tabel 5 Penyebaran Nomor Aitem Skala Intensitas Menonton**

No.	Aspek	No. Aitem		Jumlah
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1	Perhatian	1, 2, 6	4, 5, 10	6
2	Penghayatan	3, 17, 18	7, 9, 23	6
3	Durasi	8, 14, 22	15, 16, 19	6
4	Frekuensi	11, 12, 21	13, 20, 24	6
<b>Total</b>		12	12	24

## 2) Skala Hubungan Parasosial

Skala hubungan parasosial disusun menggunakan aspek-aspek yang dikemukakan oleh Maltby (2005). Aspek hubungan parasosial terdiri dari *entertainment social value*, *intense personal feelings*, dan *borderline pathological tendency*. Total aitem dalam skala hubungan parasosial ini berjumlah 36 aitem yang terdiri dari 18 aitem favorable dan 18 aitem unfavorable seperti pada tabel 6.

**Tabel 6 Penyebaran Nomor Aitem Skala Hubungan Parasosial**

No.	Aspek	No. Aitem		Jumlah
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1	<i>Entertainment Social Value</i>	1, 2, 3, 6, 9, 12	4, 5, 8, 10, 13, 15	12
2	<i>Intense Personal Feelings</i>	11, 14, 16, 17, 22, 23	7, 18, 19, 20, 21, 24	12
3	<i>Borderline Pathological Tendency</i>	25, 26, 27, 28, 30, 33	29, 31, 32, 34, 35, 36	12
<b>Total</b>		18	18	36

b. Uji Coba Alat Ukur

Uji coba alat ukur ini dilaksanakan pada tanggal 17 Desember 2022. Uji coba alat ukur ini kemudian akan digunakan sebagai uji coba atau *try out* terpakai. Hadi (2000) menyatakan bahwa dalam uji coba atau *try out* terpakai, hasil uji cobanya akan langsung digunakan untuk pengolahan data dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian. Dalam penelitian ini, olah data dilakukan sebanyak dua kali yaitu untuk menguji validitas dan reliabilitas serta digunakan untuk menguji hipotesis.

c. Uji Daya Beda dan Estimasi Reliabilitas Alat Ukur

Uji daya beda aitem dilakukan apabila subjek telah menyelesaikan instrument pengukuran. Azwar (2019) menyatakan bahwa kekhasan suatu aitem dapat dikatakan tinggi apabila koefisien korelasi menunjukkan hasil  $>0,30$  dan kekhasan suatu aitem dianggap rendah apabila koefisien korelasi menunjukkan hasil  $<0,30$ . Dalam penelitian ini, uji daya beda aitem menggunakan SPSS versi 23 *for Windows*. Hasil uji daya beda aitem dan reliabilitas dari kedua skala akan diuraikan sebagai berikut :

1) Skala Intensitas Menonton

Dari hasil perhitungan uji daya beda aitem pada 24 aitem atau pernyataan dalam skala intensitas menonton, memperoleh hasil sebanyak 21 aitem dengan indeks daya beda tinggi serta 3 aitem dengan daya beda rendah.

Berdasarkan perhitungan menggunakan SPSS versi 23 *for Windows*, hasil indeks daya beda aitem yang tinggi memperoleh hasil yang berkisar antara 0,608 hingga 0,836. Sedangkan untuk hasil indeks daya beda aitem yang rendah memperoleh hasil yang berkisar antara 0,063 hingga 0,263. Estimasi reliabilitas dari skala intensitas menonton diuji menggunakan teknik *Alpha Cronbach's* memperoleh hasil sebesar 0,956 sehingga dapat dikatakan reliabel. Hasil indeks daya beda aitem pada skala intensitas menonton ditunjukkan pada tabel 7.

**Tabel 7 Sebaran Indeks Daya Beda Aitem Tinggi dan Rendah Pada Skala Intensitas Menonton**

No.	Aspek	No. Aitem		Jumlah	
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	DBT	DBR
1	Perhatian	1, 2, 6	4, 5, 10	6	-
2	Penghayatan	3, 17, 18	7, 9, 23	6	-
3	Durasi	8, 14, 22	15*, 16, 19	5	1
4	Frekuensi	11, 12, 21	13*, 20, 24*	4	2
<b>Total</b>		12	12	21	3

## 2) Skala Hubungan Parasosial

Dari hasil perhitungan uji daya beda aitem pada 36 aitem atau pernyataan dalam skala hubungan parasosial, memperoleh hasil sebanyak 28 aitem dengan indeks daya beda tinggi serta 6 aitem dengan daya beda rendah.

Berdasarkan perhitungan menggunakan SPSS versi 23.0, hasil indeks daya beda aitem yang tinggi memperoleh hasil yang berkisar antara 0,323 hingga 0,806. Sedangkan untuk hasil indeks daya beda aitem yang rendah memperoleh hasil yang berkisar antara -0,167 hingga 0,219. Estimasi reliabilitas dari skala hubungan parasosial diuji menggunakan teknik *Alpha Cronbach's* memperoleh hasil sebesar 0,943 sehingga dapat dikatakan bahwa skala intensitas menonton adalah reliabel.

**Tabel 8 Sebaran Indeks Daya Beda Aitem Tinggi dan Rendah Pada Skala Hubungan Parasosial**

No.	Aspek	No. Aitem		Jumlah	
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	DBT	DBR
1	<i>Entertainment Social Value</i>	1, 2, 3, 6, 9, 12	4, 5, 8, 10, 13, 15	12	-
2	<i>Intense Personal Feelings</i>	11, 14, 16, 17, 22, 23	7, 18, 19*, 20*, 21, 24	10	2
3	<i>Borderline Pathological Tendency</i>	25, 26, 27, 28, 30, 33	29*, 31*, 32*, 34, 35, 36*	8	4
<b>Total</b>		18	18	30	6

## B. Pelaksanaan Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada bulan Desember 2022 dengan cara membagikan *link google form* (<https://forms.gle.MRaK1MUDEyb3iws48>) yang berisi skala kuesioner pada anggota komunitas NCTZen Semarang. Subjek penelitian ini adalah remaja perempuan maupun laki-laki yang berusia 15-22 tahun yang berjumlah 45 orang. Pada *google form* tersebut, peneliti menjelaskan cara pengisian dan menegaskan bahwa tidak ada jawaban yang benar atau salah dan subjek diminta untuk mengisi sesuai dengan keadaan yang sebenar-benarnya dialami oleh subjek.

Penelitian ini menggunakan data uji coba terpakai. Data dari skala penelitian yang didapat dari *google form* kemudian diberi skor oleh peneliti dan datanya diolah untuk mengetahui hubungan antar variabel. Pengolahan data dilakukan dua kali untuk menguji reliabilitas, daya beda aitem, dan reliabilitas. Kemudian data juga digunakan untuk menguji hipotesis yaitu uji normalitas, uji linearitas, dan uji korelasi. Pada penelitian ini, pengolahan data dibantu oleh SPSS versi 23.0 *for Windows*.

## C. Analisis Data dan Hasil Penelitian

### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah distribusi data penelitian bersifat normal atau tidak. Pada penelitian ini, uji normalitas menggunakan teknik *One Sample Kolmogorov Test* dengan bantuan SPSS versi 23 *for Windows*. Standarisasi skor uji normalitas dengan memperhatikan nilai signifikansi, jika nilainya menunjukkan  $>0,05$  maka data diartikan berdistribusi normal, sebaliknya apabila nilainya menunjukkan  $<0,05$  maka data diartikan berdistribusi tidak normal.

**Tabel 9 Hasil Uji Normalitas**

Std. Deviasi	KS-Z	Sig	Keterangan
9,136	0,90	0,200	Normal

Berdasarkan hasil tabel 9, hasil uji normalitas dengan teknik *One Sample Kolmogorov Test* menunjukkan nilai signifikansi  $0,200 > 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

## 2. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui adanya hubungan linier atau tidak pada variabel yang sedang diteliti. Hasil dari uji linearitas ini dipergunakan untuk analisis korelasi. Korelasi dapat dikatakan baik apabila terdapat hubungan yang linier antar dua variabel dalam penelitian. Uji linearitas ini menggunakan tabel anova dengan bantuan SPSS versi 23 for Windows. Standar yang digunakan untuk uji linearitas adalah nilai signifikansi dibandingkan dengan 0,05. Jika nilai *F*linier menunjukkan  $>0,05$  maka ada hubungan linier yang signifikan antar variabel dan apabila nilainya  $<0,05$  maka tidak ada hubungan linier antar variabel. Uji linearitas pada penelitian ini didapatkan hasil 0,456 sehingga jumlah tersebut lebih besar dari 0,05 ( $0,456 > 0,05$ ), maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan linier yang signifikan antar variabel X (intensitas menonton) dan variabel Y (hubungan parasosial).

## 3. Uji Hipotesis

Data yang berdistribusi normal dan mempunyai hubungan linier yang signifikan akan dilakukan analisis korelasi untuk mencari hubungan variabel, dalam penelitian ini adalah variabel X (intensitas menonton) dan variabel Y (hubungan parasosial). Dalam penelitian ini, uji hipotesis menggunakan rumus korelasi *product moment* dari Karl Pearson dengan bantuan SPSS versi 23 for Windows.

Berdasarkan dari hasil uji hipotesis, pada dua variabel penelitian yaitu intensitas menonton dan hubungan parasosial diperoleh nilai *pearson correlation* sebesar 0,847 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ( $p < 0,05$ ) yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang sangat kuat antara intensitas menonton youtube dengan hubungan parasosial. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara intensitas menonton youtube NCT dengan hubungan parasosial pada NCTZen di Kota Semarang. Hasil korelasi yang positif tersebut juga menunjukkan bahwa semakin tinggi intensitas menonton youtube NCT maka akan semakin tinggi pula hubungan parasosial yang dialami oleh NCTZen.

#### D. Deskripsi Hasil Penelitian

Deskripsi data variabel penelitian digunakan dalam penelitian ini untuk membantu memberikan gambaran mengenai keadaan nilai-nilai yang diperoleh subjek berkaitan dengan pengukuran serta memberikan informasi tentang variabel yang dipelajari sebagai gambaran keadaan yang dialami oleh subjek. Penelitian ini menggunakan kategori normatif dengan model distribusi normal yang mengasumsikan bahwa skor sampel yang diperoleh dari penelitian yang telah dilakukan adalah berdistribusi normal. Hal ini bertujuan untuk membagi subjek ke dalam kelompok yang berbeda menurut kontinum atribut yang diukur (Azwar, 2015).

Pada pengukuran distribusi terdapat enam bagian dalam kategori satuan standar deviasi (Azwar, 2008). Terdapat tiga bagian bertanda negatif yang berada di sebelah kiri mean serta tiga bagian bertanda positif yang berada di sebelah kanan mean. Pada penelitian ini menggunakan distribusi normal dengan 5 standar deviasi seperti tabel 10.

**Tabel 10** Norma Kategorisasi Skor

Rentang Skor	Kategorisasi
$\mu + 1,5 \sigma < X$	Sangat Tinggi
$\mu + 0,5 \sigma < X \leq \mu + 1,5 \sigma$	Tinggi
$\mu - 0,5 \sigma < X \leq \mu + 0,5 \sigma$	Sedang
$\mu - 1,5 \sigma < X \leq - 0,5 \sigma$	Rendah
$X < \mu - 1,5 \sigma$	Sangat Rendah

Keterangan :  $\mu$  = mean hipotetik  
 $\sigma$  = standar deviasi  
 $X$  = skor yang diperoleh

#### 1. Deskripsi Data Intensitas Menonton

Intensitas menonton terdapat 24 aitem dengan rentang skor 1 sampai dengan 4. Pada intensitas menonton terdapat skor minimal sebesar 24 yang berasal dari  $(24 \times 1)$  dan skor maksimal sebesar 96 dari hasil  $(24 \times 4)$ . Rentang skor yang diperoleh adalah 72  $(96-24)$  serta diperoleh mean hipotetik sebesar  $60 \left(\frac{96+24}{2}\right)$ . Standar deviasi hipotetik sebesar 12 yang berasal dari  $\left(\frac{96-24}{6}\right)$ .

Hasil pengukuran skor empirik pada skala intensitas menonton menggunakan bantuan SPSS versi 23.0 diuraikan pada tabel 11.

**Tabel 11 Deskripsi Skor Intensitas Menonton**

	<b>Empirik</b>	<b>Hipotetik</b>
Skor Minimal	28	24
Skor Maksimal	95	96
Mean	71,91	60
Standar Deviasi	13,957	12

Dari tabel 11 terlihat bahwa rata-rata empiris lebih besar dari mean hipotetis yaitu sebesar  $71,91 > 60$ , hal tersebut menunjukkan bahwa subjek termasuk ke dalam kategori tinggi di populasi. Kategori data dari variabel intensitas menonton diuraikan pada tabel 12.

**Tabel 12 Kategori Skor Intensitas Menonton**

<b>Norma</b>	<b>Kategorisasi</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Prosentase</b>
$78 < X$	Sangat Tinggi	15	33,3%
$66 < X \leq 78$	Tinggi	22	48,9%
$54 < X \leq 66$	Sedang	5	11,1%
$42 < X \leq 54$	Rendah	0	0%
$X \leq 42$	Sangat Rendah	3	6,7%
<b>Total</b>		<b>45</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan bahwa subjek yang termasuk ke dalam kategori sangat tinggi memiliki rentang norma lebih dari 78 berjumlah 15 subjek dengan nilai persentase sebesar 33,3%. Pada kategori tinggi memiliki rentang norma antara 66 sampai 77 berjumlah 22 subjek dengan nilai persentasi sebesar 48,9%. Untuk kategori sedang memiliki rentang norma 54 hingga 65 berjumlah 5 subjek dengan nilai persentase sebesar 11,1%. Kategori sangat rendah memiliki rentang norma kurang dari 41 berjumlah 3 subjek dengan nilai persentase sebanyak 6,7%. Berdasarkan hasil tersebut, penelitian ini memperoleh nilai rata-rata pada kategori tinggi. Semakin tinggi skor yang diperoleh maka akan semakin tinggi intensitas menonton, begitupun sebaliknya jika skor yang diperoleh semakin rendah maka semakin rendah intensitas menonton.

Hasil kategorisasi intensitas menonton pada penelitian ini sebagai berikut :

Sangat Rendah	Rendah	Sedang	Tinggi	Sangat Tinggi
24	42	54	66	78
				96

## 2. Deskripsi Data Hubungan Parasosial

Hubungan parasosial terdapat 36 aitem dengan rentang skor 1 sampai dengan 4. Pada skala hubungan parasosial terdapat skor minimum sebesar 36 yang berasal dari (36 x 1) dan skor maksimum sebesar 144 yang berasal dari (36 x 4). Rentang skor yang diperoleh sebesar 108 (144-36) serta diperoleh mean hipotetik sebesar 90 dari ( $\frac{144+36}{2}$ ). Standar deviasi sebesar 18 dari ( $\frac{144-36}{6}$ ). Pengukuran terinci pada tabel 13.

**Tabel 13 Deskripsi Skor Hubungan Parasosial**

	Empirik	Hipotetik
Skor Minimal	44	36
Skor Maksimal	135	144
Mean	89,76	90
Standar Deviasi	17,168	18

Kategori data dari hubungan parasosial diuraikan pada tabel 14.

**Tabel 14 Kategori Skor Hubungan Parasosial**

Norma	Kategorisasi	Jumlah	Prosentase
$117 < X$	Sangat Tinggi	1	2,2%
$99 < X \leq 117$	Tinggi	11	24,4%
$81 < X \leq 99$	Sedang	22	48,9%
$63 < X \leq 81$	Rendah	8	17,8%
$X \leq 63$	Sangat Rendah	3	6,7%
<b>Total</b>		<b>45</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan bahwa subjek yang termasuk ke dalam kategori sangat tinggi memiliki rentang norma lebih dari 117 berjumlah 1 subjek dengan nilai persentase sebesar 2,2%. Pada kategori

tinggi memiliki rentang norma antara 99 sampai 117 berjumlah 11 subjek dengan nilai persentasi sebesar 24,4%. Untuk kategori sedang memiliki rentang norma 81 hingga 99 berjumlah 22 subjek dengan nilai persentase sebesar 48,9%. Kategori rendah memiliki rentang norma 63 hingga 81 berjumlah 8 subjek dengan persentase sebesar 17,8% serta kategori sangat rendah memiliki rentang norma kurang dari 63 berjumlah 3 subjek dengan nilai persentase sebanyak 6,7%. Berdasarkan hasil tersebut, penelitian ini memperoleh nilai rata-rata pada kategori sedang. Semakin tinggi skor yang diperoleh maka akan semakin tinggi hubungan parasosial.

Hasil kategorisasi intensitas menonton pada penelitian ini sebagai berikut :

Sangat Rendah	Rendah	Sedang	Tinggi	Sangat Tinggi
36	63	81	99	117
				144

### E. Pembahasan

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui hubungan antara tingkat intensitas menonton youtube di channel NCT dengan hubungan parasosial pada remaja penggemar NCT di Kota Semarang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang sangat kuat antara intensitas menonton youtube NCT dengan terjadinya hubungan parasosial pada NCTZen di Kota Semarang. Hasil penelitian yang telah dipaparkan sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ferchaud, 2018) yang mengungkapkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara kegiatan menonton youtube khususnya konten video yang berisi kegiatan sehari-hari yang diunggah oleh *public figure* dengan terjadinya hubungan parasosial pada audiens atau penonton.

Berdasarkan hasil uji korelasi *product moment* antara intensitas menonton youtube (variabel X) dengan *parasocial relationship* (variabel Y) memperoleh hasil koefisien korelasi sebesar 0,847 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 ( $p < 0,05$ ), sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat korelasi yang kuat antara variabel X dengan variabel Y. Dari uji korelasi tersebut, dapat disimpulkan bahwa terdapat

korelasi atau hubungan antara intensitas menonton youtube NCT dengan *parasocial relationship* pada penggemar NCT.

Berdasarkan hasil uji deskripsi variabel intensitas menonton youtube diperoleh nilai mean empirik sebesar 71,91 yang menunjukkan bahwa sebanyak 22 subjek memiliki tingkat intensitas menonton youtube NCT yang tinggi. Berdasarkan hasil uji deskripsi variabel hubungan parasosial, diperoleh nilai mean empirik sebesar 89,76 yang menunjukkan bahwa sebanyak 22 subjek memiliki tingkat hubungan parasosial yang sedang. Berdasarkan perhitungan analisis regresi ganda menunjukkan bahwa intensitas menonton youtube memberikan sumbangan efektif sebesar 71,7% pada hubungan parasosial.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara intensitas menonton youtube NCT dengan terjadinya hubungan parasosial pada penggemar NCT atau NCTZen di Kota Semarang. Penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi intensitas menonton youtube maka akan semakin tinggi pula adanya hubungan parasosial.

#### **F. Kelemahan**

Pada penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti terdapat beberapa kelemahan atau kekurangan sebagai berikut :

1. Jumlah sampel kurang dari 100 subjek sehingga hasil analisisnya kurang bisa diterapkan pada kelompok besar.
2. Penggunaan uji coba atau *try out* terpakai dianggap lemah apabila banyak aitem tidak valid dan jumlah aitem valid terlalu sedikit maka peneliti tidak bisa merevisi skala.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara intensitas menonton youtube NCT dan hubungan parasosial pada penggemar NCT atau NCTZen di Kota Semarang. Berdasarkan hasil tersebut dapat dikatakan bahwa semakin tinggi tingkat intensitas menonton youtube yang dilakukan subjek maka akan semakin tinggi tingkat terjadinya hubungan parasosial yang dialami oleh subjek, begitupun sebaliknya jika semakin rendah tingkat intensitas menonton youtube yang dilakukan subjek maka akan semakin rendah pula terjadinya hubungan parasosial yang dialami oleh subjek.

#### **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti akan memberikan saran sebagai berikut :

##### **1. Bagi Subjek**

Subjek memiliki tingkat intensitas menonton youtube yang tinggi sehingga penulis memberikan saran untuk mengurangi kegiatan menonton youtube dengan tujuan agar tidak mengganggu aktivitas lain dan bisa menghabiskan waktu dengan menambah kegiatan yang lebih produktif. Hal-hal yang bisa dilakukan adalah membuat batasan penggunaan media sosial khususnya youtube, mencari hobi baru yang lebih bermanfaat, atau bersosialisasi dengan orang lain di dunia nyata. Untuk subjek yang memiliki tingkat parasosial yang sedang, penulis memberikan saran ketika menyukai atau mengidolakan selebritis lebih baik tidak dilakukan secara berlebihan. Cara-cara yang bisa dilakukan untuk meminimalisir terjadinya hubungan parasosial adalah berusaha berperan secara sosial, menyadari bahwa hubungan yang diciptakan penggemar dengan figur idola hanyalah sebuah ilusi, melakukan hal-hal positif dan produktif, serta membuka diri dan membangun hubungan interpersonal dengan orang lain di lingkungan sosial.

## 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian dengan tema serupa disarankan untuk menggali faktor mengenai variabel intensitas menonton fan variabel hubungan parasosial secara lebih mendalam sehingga dapat memperbaiki dan melengkapi penelitian ini serta menambah bahan rujukan bagi penelitian-penelitian yang akan dilakukan selanjutnya.



## DAFTAR PUSTAKA

- Adams-price, C. (1990). *Secondary attachments and adolescent self concept 1*. 22.
- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, personality, and behavior*. Open University Press.
- Andarwati, S. R., & Sankarto, B. S. (2005). *Pemenuhan kepuasan menggunakan internet oleh peneliti Badan Litbang Pertanian di Bogor*. *Jurnal Perpustakaan Pertanian*, 10-17.
- Ariendya, D. (2017). *Hubungan intensitas menonton tayangan berita / informasi di televisi terhadap perilaku prososial remaja*. Skripsi, Fakultas Psikologi, Universitas Muhammadiyah. Malang.
- Anissela, E. (2021). *Parasocial relationship pada remaja penggemar k-pop di komunitas ARMY Purwokerto*. Program Studi Bimbingan dan Konseling Islam. Purwokerto: Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
- Anindiyasari, Yurike, and Sony Kusumasondjaya. (2019). *Pengaruh interaksi parasosial terhadap hubungan parasosial, kredibilitas endorser, dan niat beli penggemar Syahrini terhadap produk kosmetik di media instagram*. *Arthavidya Jurnal Ekonomi* 21, No 2. 124-34. <https://doi.org/1037303/a.v2li2.131>.
- Arienne Ferchaud, Jenna Grzeslo, Stephanie Orme, Jared LaGroue. (2017). *Parasocial attributes and YouTube personalities: Exploring content trends across the most subscribed YouTube channels*. *Computers in Human Behavior*. doi: 10.1016/j.chb.2017.10.041
- Azwar, Saifuddin. (2009). *Metode penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, Saifuddin. (2014). *Penyusunan skala psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Azwar, Saifuddin. (2019). *Reliabilitas dan validitas edisi 4*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Bandur, A. (2018). *Validitas dan reliabilitas penelitian*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Boerman, S.C. and van Reijmersdal, E.A. (2020). *Disclosing influencer marketing on Youtube to children: The moderating role of para-social relationship*. *Frontiers in Psychology*, 10(January), pp. 1–15. doi:10.3389/fpsyg.2019.03042.
- Bond, B. J., & Calvert, S. L. (2014). *Parasocial breakup among young children in the United States*. *Journal of Children and Media*, 474-490.
- Branch, S. E., Wilson, K. M., & Agnew, C. R. (2013). *Comitted to Oprah, Homer, or House: Using the investment model to understand parasocial relationship*. *Psychology of Popular Media Culture*, 96-109.
- Budiman, K. (2002). *Di depan kotak ajaib: menonton televisi sebagai praktik konsumsi*. Yogyakarta: Galang Press.
- Chen, C.P. (2016). *Forming digital self and parasocial relationships on YouTube*. *Journal of Consumer Culture*, 16(1), pp. 232–254. doi:10.1177/1469540514521081.

- Chung, Siyoung, and Hichang Ho. (2017). *Fostering parasocial relationship with celebrities on social media: Implication for celebrity endorsement*. *Psychology and Marketing* 34, no 4. 481-95. <https://doi.org/10.1002/mar.21001>.
- Derrick, J.L., Gabriel, S. and Tippin, B. (2008). *Parasocial relationships and self-discrepancies: Faux relationships have benefits for low self-esteem individuals'*, *Personal Relationships*. 15(2), pp. 261–280. doi:10.1111/j.1475-6811.2008.00197.x.
- Dibble, J.L., Hartmann, T. and Rosaen, S.F. (2016). *Parasocial interaction and parasocial relationship: Conceptual clarification and a critical assessment of measures*. *Human Communication Research*, 42(1), pp. 21–44. doi:10.1111/hcre.12063.
- Gardner, W. L., & Knowles, M. L. (2008). *Love makes you real: Favorite television characters are perceived as "real" in a social facilitation paradigm*. *Social Cognition*, 156-168.
- Giles, D.C. (2002). *Parasocial interaction: A review of the literature and a model for future research*. *Media Psychology* 4(3), pp. 279–305. doi:10.1207/S1532785XMEP0403\_04.
- Giles, D.C. and Maltby, J. (2014). *Praying at the altar*. Leicester: University of Leicester.
- Gleason, T., Theran, S., & Newberg, E. (2017). *Parasocial interaction and relationships in early adolescence*. *Frontiers in Psychology*, 1-11.
- Hartmann, T. (2016). *Parasocial interaction, parasocial relationship, and well-being*. Amsterdam: Vrije Universiteit.
- Hinerman, Steele, J. and Brown, J.D. (1995). *Adolescent room culture : Studying media in the context of everyday life*. In *Report Information from ProQuest*. (October). doi:10.1007/BF01537056.
- Jarzyna, C.L. (2021). *Parasocial interaction for enhancing purchase decision: Perspective of service dominant logic theory*. pp. 413–429. doi:10.1007/s42087-020-00156-0.
- Kinanthi, Galuh. (2019). *Korean wave (studi tentang pengaruh budaya Korea pada penggemar k-pop di Semarang*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Kurtin, K.S. et al. (2018). *The development of parasocial relationships on YouTube*. *The Journal of Social Media in Society Spring*. 7(1), pp. 233–252.
- Maltby, J. (2016). *The role of media figures in adolescent development : Relations between autonomy, attachment, and interest..* doi:10.1016/S0191-8869(03)00154-5.
- Mcevoy, A. and Erickson, E.L. (2014). *Heroes conceptual assessing villains : strategy their for influence*. 14(2), pp. 111–122.
- Nuraini. (2011, Agustus 2023). *Suara Nurani Guru*. Retrieved from Suaraguru: <https://suaraguru.wordpress.com>

- Perbawani, P.S. *et al.* (2021). *Hubungan parasosial dan perilaku loyalitas fans dalam fandom k-pop di Indonesia*. 9(1956), pp. 42–54.
- Perse, E.M. and Rubin, R. (2014). *Communication*, (February 1989). doi:10.1177/009365089016001003.
- Reber, Arthur S., & Reber, Emily S. (2010). *Kamus psikologi (3<sup>rd</sup> ed.)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Rubin, R.B. *et al.* (2009). *Development of parasocial interaction relationships*. 8151(May). *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 279-292 doi:10.1080/08838158709386664.
- Sadida, Q., & Suryanto, S. (2022). *A systematic literatur review: parasocial interaction in adolescent*. *Berajah Journal*, 679-688.
- Sagita, Afitia, and Donie Kawendana. (2018). *Hubungan parasosial di media sosial (Studi pada fandom Army di Twitter)*. *Journal of Strategic Communication* 8, no 1. 45-48.  
<http://journal.univpancasila.ac.id/index.php/coverage/article/download/582/327>.
- Santrock, J. W. (2007). *Adolescence: perkembangan remaja*. Alih bahasa Shinto B Adelar, Saragih Sherly. Jakarta: Erlangga.
- Santrock, J. W. (2013). *Life-span development (14<sup>th</sup> ed)*. New York: Mc-Graw-Hill Companies, Inc.
- Setiawan, B. (2005). *Hubungan intensitas menonton tayangan misteri dengan tingkat kecemasan pada remaja di SMPN 4 Batang*. Skripsi.
- Stever, G. S. (2013). *Mediated vs parasocial relationships: An attachment perspective*.
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sukmaraga, Gantih. (2018). *Hubungan antara intensitas penggunaan media sosial Instagram dan materialisme pada remaja*. Yogyakarta: Universitas Sanata Darma
- Surianti. (2021). *Pengaruh parasocial relationship, sourcetrustworthiness, and brand credibility terhadap purchase intention produk kecantikan Wardah*. Skripsi.
- Tubbs, S. L., Mulyana, D., Moss, S., & Gembirasari. (2005). *Human Communication*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Tukachinsky, Riva. (2010). *Para-romantic love and para-friendship : Development and assessment of a multiple-parasocial relationship scale*. *American Journal of Media Psychology* 3, no 1. 73-94.
- Wade, C. and Tavis, C. (2008). *Psikologi, 9th Edition*. California.
- Walgito. (2010). *Pengantar psikologi umum*. Yogyakarta: ANDI.
- Wardani, E.K.A.P. *et al.* (2021). *Interaksi parasosial penggemar kpop di media sosial (studi deskriptif pada fandom Army di Twitter)*.