

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Dunia hiburan di tanah air berkembang dengan cukup pesat. Beragam acara di televisi ditayangkan, mulai dari acara *talk show*, sinetron/drama, *live music*, hingga acara *reality show*. Program-program yang disajikan bukan hanya yang berasal dari Indonesia, namun program-program yang berasal dari negara di luar Indonesia. Beberapa program yang disiarkan di Indonesia merupakan adaptasi dari program-program yang terlebih dahulu sudah disiarkan di luar negeri.

Salah satu negara dengan kemajuan dunia hiburan yang berkembang cukup pesat saat ini adalah Korea Selatan. Hal ini ditunjukkan dengan semakin banyaknya penggemar artis-artis Korea di beberapa negara-negara di dunia, termasuk di Indonesia. Belum ada data statistik resmi yang menunjukkan jumlah penggemar artis-artis Korea di Indonesia. Jumlah penggemar dapat tergambar dari jumlah pengikut akun *twitter* @koreanindo sebanyak 156.385 orang di Indonesia (Twitter, 2014).

Contoh lain yang menunjukkan perkembangan dunia hiburan Korea Selatan adalah dengan populernya lagu Gangnam Style yang dibawakan oleh Psy. Bukan hanya masyarakat awam namun selebriti dan pejabat dunia juga membicarakan fenomena Gangnam Style tersebut. Dalam artikelnya, Dianing Sari (2012, dalam tempo.com) menyebutkan sejumlah nama artis dunia seperti Katy Pery, Josh

Groban, Justin Bieber dan Ellen DeGeneres yang turut menuliskan pendapatnya mengenai Gangnam Style melalui jejaring sosial *Twitter*. Selain itu, Cornilia Desyana (2012, dalam tempo.com) juga menyebutkan sejumlah nama pejabat dunia yang ikut bergoyang Gangnam Style, yaitu Sekretaris Jendral PBB, Ban Ki Moon dan CEO Google. Inc, Eric Schimdt.

Fenomena Gangnam Style tersebut merupakan salah satu contoh dari fenomena *Hallyu/ Korean Wave*. *Korean Wave* adalah istilah buatan yang bermakna pengaruh budaya modern Korea di negara-negara lain. Penyebaran *Korean Wave* ke seluruh dunia sangat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi digital dan juga sosial media, seperti *Youtube*, *Social Network Sites* (SNSs), dan juga oleh teknologi ponsel pintar atau *smartphone* yang memudahkan orang-orang untuk mengakses berita-berita mengenai perkembangan terkini (Yong Jin 2012, dalam Citra Octricia 2013). Di Indonesia fenomena *Korean Wave* dimulai dengan ditayangkannya beberapa drama Korea di layar televisi Indonesia, dan kini Korean Pop (K-Pop) juga memiliki tempat di hati masyarakat Indonesia. K-Pop adalah jenis musik populer yang berasal dari Korea Selatan.

Masyarakat Indonesia yang memiliki ketertarikan terhadap musik mendapatkan pengetahuan baru dengan bermunculannya *boyband*, *girlband*, dan *band* yang berasal dari Korea Selatan yang dikemas dalam bentuk yang berbeda dari yang biasa disajikan oleh *band-band* atau penyanyi di Indonesia. Daya tarik yang menjadi keunggulan dari *boyband*, *girlband*, dan *band* yang berasal dari Korea Selatan adalah *style* musik mereka yang *easy listening* yang disertai dengan *performance* panggung yang menarik baik *costume*, *dance*, dan *property* yang

digunakan. Selain itu artis K-Pop juga memiliki tampilan fisik yang menarik, wajah yang tampan atau cantik dan postur tubuh yang proporsional sehingga enak dipandang oleh mata. Kelebihan lainnya selain jago dalam hal bernyanyi, mereka juga memiliki keahlian dalam berakting.

Keunggulan tersebut membuat banyak masyarakat Indonesia terutama remaja Indonesia mengidolakan *boyband*, *girlband* dan *band* Korea tersebut. Menurut Budayawan Arswendo Atmowiloto, fenomena remaja Indonesia mengidolakan K-Pop dinilai sebagai pergeseran budaya secara industrialisasi (Datu, 2012). Keberagaman budaya yang ada di Indonesia membuat masyarakat Indonesia terutama remaja Indonesia mudah mengadaptasi sesuatu yang dinilai baru bagi remaja tersebut. Hal yang diadaptasi tersebut bermacam-macam, seperti misalnya nilai yang dapat dijadikan pedoman dalam kehidupan remaja. Hal tersebut membuat remaja di Indonesia sangat mudah terinternalisasi. Tak heran remaja Indonesia dapat dengan mudah mengalami pengidolaan dengan selebriti, namun sewaktu-waktu hal tersebut dapat surut seiring berlalunya waktu dan bermunculannya hal lain yang lebih menarik.

Selain itu, pengidolaan juga dapat terjadi karena kebutuhan manusia sebagai makhluk sosial yang membutuhkan sosok yang dapat dijadikan panutan atau model dalam hidupnya. Terutama pada remaja yang berada pada tahap perkembangan *identity vs identity confusion*, yang sedang berada di tengah-tengah krisis identitas, akan mencari model untuk diidolakan/ ditiru (Erikson, dalam Stever 2011). Kehadiran selebritis dapat menjadi wadah bagi remaja membantu individu mengembangkan identitas yang diinginkan oleh individu. Begitu juga

dengan remaja yang mengidolakan *boyband*, *girlband* dan *band* Korea Selatan, dapat menemukan identitas yang diinginkan melalui pengidolaan terhadap artis Korea Selatan. Identitas tersebut dapat diperoleh dari nilai-nilai yang dipegang oleh artis yang kemudian diinternalisasikan ke dalam kehidupan remaja. Termasuk juga mengenai identitas gender seorang remaja. Saat ini banyak pandangan yang mengatakan bahwa idealnya menjadi seorang perempuan atau laki-laki adalah menjadi seperti artis Korea, dengan tampilan wajah yang mulus, bentuk badan yang proporsional dan menarik. Hal tersebut membuat banyak remaja perempuan Indonesia melakukan perawatan dan melakukan diet ketat untuk mendapatkan tampilan seperti artis Korea. Begitu juga dengan laki-laki yang menginginkan wajah mulus, badan proporsional dan tampilan *fashion* seperti artis Korea.

Pengidolaan dapat terjadi pada perempuan maupun laki-laki dengan objek pengidolaan dari domain yang berbeda-beda. Objek pengidolaan (*idolization*) sendiri dapat berasal dari domain yang bervariasi seperti dari dunia olahraga, hiburan, musik, politik dan agama. Juara olahraga, aktris/aktor, bintang pop, pemimpin politik dan agama dapat dijadikan figur idola (Raviv et al. 1996). Begitu juga dengan *boyband*, *girlband* dan *band-band* Korea yang dapat menjadi idola bagi banyak orang, termasuk masyarakat Indonesia.

Penggemar K-Pop beraneka ragam dan tergabung dalam kelompok penggemar atau yang disebut sebagai fandom dari masing-masing *boyband* atau *girlband* tertentu. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh salah satu perusahaan hiburan Korea Selatan, CJ E&M yang meminta pengguna media untuk

memberikan suara kepada idola-idola favorit mereka. Survei ini mendapat 920.000 suara dari 18 negara yang berbeda termasuk Jepang, Rusia, Taiwan, Cina, Hong Kong, Australia, Thailand, Arab Saudi, Brazil, Perancis, Inggris, Jerman, Spanyol, Polandia, Kanada, Meksiko, dan Argentina. Hasil yang diperoleh bahwa salah satu *boyband* yang bernama Super Junior berada di posisi 1 di 10 negara yaitu Australia, Thailand, Arab Saudi, Brazil, Perancis, Inggris, Jerman, Kanada, Meksiko, dan Argentina. Super Junior menjadi peraih posisi 1 dengan suara terbanyak.

Super Junior merupakan salah satu *boyband* Korea Selatan yang beranggotakan 13 orang pria dan memiliki kelompok *fans/* fandom yang disebut sebagai *EverLasting Friends* (ELF). Nama penggemar Super Junior selanjutnya akan peneliti sebut dengan ELF. Super Junior adalah salah satu artis Korea Selatan yang paling sering melakukan kunjungannya ke Indonesia. Hal ini membuat nama Super Junior menjadi tidak asing lagi di kalangan masyarakat Indonesia. Tercatat, bahwa Super Junior telah melakukan kunjungan sebanyak 5 kali yaitu dalam acara festival musik pop Korea pertama di Indonesia, KIMCHI (*Korean Idols Music Concert Hosted in Indonesia*), kemudian yang kedua pada acara konser Super Junior, Super Show 4 (SS4), yang ketiga dalam acara musik K-Pop yang diadakan oleh salah satu stasiun TV Korea Selatan KBS (*Korean Broadcasting System*), selanjutnya pada konser SMTOWN yang merupakan perusahaan hiburan SM *Entertainment*, tempat Super Junior bernaung dan yang terakhir pada konser Super Junior, Super Show 5 (SS5).

Kunjungan Super Junior yang terbilang sering hadir di Indonesia membuat semakin meningkat jumlah ELF yang ada di Indonesia. Berdasarkan data yang diperoleh dari Database Official ELF Indonesia (dalam Thaufik, 2013) diperoleh jumlah ELF yang terdaftar berjumlah 3.451 orang, diantaranya 1.111 orang yang berusia remaja, 2.338 orang yang berusia dewasa awal, dan 2 orang yang berusia dewasa madya. Dalam diri ELF terjadi pengidolaan terhadap Super Junior yang merupakan salah satu objek pengidolaan yang menurut Raviv (1996) berada dalam domain musik atau bintang pop.

ELF dapat mengidolakan Super Junior dalam berbagai cara. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, terdapat ELF yang rela meninggalkan sekolahnya untuk menyambut kedatangan Super Junior di bandara atau untuk menonton konser Super Junior baik konser yang diadakan di dalam negeri maupun di luar negeri, namun ada juga ELF yang mendatangi lokasi konser dengan harapan dapat melihat Super Junior keluar dari mobil, padahal ELF tersebut tidak memiliki tiket masuk tempat konser. Terdapat ELF yang menghabiskan waktu seharian bahkan sampai larut malam untuk mencari berita tentang Super Junior melalui internet dan menonton program-program yang melibatkan kehadiran Super Junior. Hal ini dapat mengganggu pendidikan ELF dan membuat ELF membuang waktunya yang seharusnya dapat dilakukan untuk melakukan aktivitas yang lebih produktif.

Berdasarkan wawancara dan observasi pula diketahui bahwa terdapat ELF juga yang rela menghabiskan uang hingga berjuta-juta untuk membeli pernak-pernik yang berhubungan dengan Super Junior seperti album, kaos, topi, dan juga untuk menonton konser Super Junior. Terdapat ELF yang rela tidak makan untuk

menabung dari uang sakunya, namun ada juga ELF yang berbohong kepada orang tua agar dapat membeli tiket konser, atau memakai uang untuk membayar sekolah agar dapat melihat Super Junior. Selain itu tindakan ELF juga dapat berpotensi membahayakan diri ELF sendiri dan juga Super Junior. Terdapat ELF yang rela mengantri berdesak-desakan sampai pingsan untuk membeli tiket konser atau menanti kedatangan Super Junior di Bandara. Terdapat juga ELF yang ingin melakukan kontak fisik dengan Super Junior sampai melukai Super Junior. Terdapat ELF juga yang memiliki keinginan untuk menguntit kehidupan Super Junior, dengan berharap bahwa ELF dapat hidup di dalam asrama Super Junior supaya mengetahui aktivitas yang dilakukan oleh Super Junior.

Meskipun demikian, ELF juga merasakan pengaruh positif dari mengidolakan Super Junior. ELF merasa perjuangan Super Junior dalam merintis karir dapat dijadikan contoh bagi diri ELF untuk berjuang agar dapat menjadi orang sukses seperti Super Junior. ELF juga merasakan adanya perasaan semangat ketika mendengarkan lagu-lagu Super Junior sehingga membantu ELF dalam menjalankan aktivitas sehari-hari.

Pengidolaan yang dialami oleh seseorang membuat mereka merasa ada kedekatan dengan idolanya. Individu merasa mengenal dan memahami seperti apa idolanya, apa yang dirasakan idolanya, padahal idolanya tidak mengetahui apa-apa tentang mereka. Interaksi antara idola dan *fans* ini merupakan salah satu bentuk relasi parasosial. Relasi Parasosial adalah pengalaman akan keakraban, persahabatan, dan keterlibatan afektif yang kuat yang dialami oleh seseorang dalam interaksinya dengan figur media (Tukachinsky, 2010). Stever, 2013

menambahkan bahwa pihak lainnya (idola) tidak mengetahui atau bahkan sama sekali tidak menyadari keberadaan pihak tersebut (*fans*).

Menurut Tukachinsky (2010) relasi parasosial dibagi menjadi dua bentuk/jenis hubungan, yaitu *parasocial friendship* (persahabatan) dan *parasocial love* (cinta). *Parasocial friendship* adalah perasaan menyukai figur media, merasakan kesetiakawanan (solidaritas) dari figur media, percaya terhadap figur media dan menginginkan adanya saling keterbukaan serta dapat berkomunikasi dengan figur media. Sedangkan *parasocial love* adalah keinginan yang kuat akan kehadiran figur media, merasa rindu untuk berada dekat secara fisik dengan figur media, serta keterbukaan untuk diterima dan diperhatikan.

*Parasocial friendship* (PSF) terdiri dari dua dimensi, yaitu *communication* dan *support and companionship*. *Communication* adalah keinginan individu untuk menjalin komunikasi yang terbuka dengan figur. Berdasarkan survey awal yang dilakukan 70% ELF berusaha berkomunikasi dengan Super Junior melalui media sosial *Twitter* seperti merespon ketika member dari Super Junior, menulis sesuatu di *account* *Twitter*nya, memberikan semangat melalui *Twitter*, menyapa mereka melalui *Twitter*, dan sebanyak 30% melihat *twitter* untuk mengetahui keadaan member Super Junior dan mengetahui info terbaru mengenai mereka. Selain itu, 70% ELF belajar Bahasa Korea agar dapat mengerti kalimat-kalimat yang diucapkan oleh Super Junior dan agar dapat berkomunikasi dengan mereka, sedangkan 30% belum belajar Bahasa Korea namun berniat untuk mempelajarinya. *Support and companionship* adalah keinginan individu untuk mempercayai, mendukung dan berbagi dengan figur media. Berdasarkan data



survey awal diperoleh bahwa 100 % ELF menyatakan mendukung Super Junior ketika banyak anti *fans* menjelek-jelekan mereka dengan cara mempercayai Super Junior, namun ELF menolak untuk membalas apa yang dilakukan oleh anti-*fans*.

*Parasocial Love* (PSL) juga terdiri dari dua dimensi yaitu, *physical attraction* yaitu ketertarikan secara fisik terhadap figur media. Sebanyak 90% ELF menyatakan bahwa semua anggota Super Junior memiliki wajah yang tampan dan menarik. Sebanyak 10% menyatakan bahwa tidak semua anggota Super Junior memiliki wajah yang tampan. Sebanyak 100% menyatakan bahwa mereka ingin bertemu dengan Super Junior secara langsung untuk berfoto, menatap, memeluk, bersalaman. Kedua adalah *emotional response to the character* yaitu, respon emosional terhadap figur media. Sebanyak 100% ELF merasa kesal dan membenci anti *fans* Super Junior. Selain itu 50% ELF juga merasa kesal dengan ELF baru karena terlihat “sok tahu” banyak hal mengenai Super Junior, ELF juga merasa cemburu ketika ada ELF baru yang menyukai *bias*-nya (idola ELF di antara semua member Super Junior) dan sebanyak 50% ELF merasa senang ketika ada ELF baru karena dapat bertukar pengalaman dan menambah teman yang suka terhadap Super Junior. Sebanyak 100% ELF menyatakan dengan mendengarkan lagu-lagu Super Junior atau menonton *music video* Super Junior dapat membuat ELF merasa semangat dan bahagia. Berdasarkan hasil survei diatas dapat dilihat bahwa, ELF dapat mengalami parasosial dengan bentuk yang berbeda, yaitu dapat mengalami *parasocial love* ataupun *parasocial friendship*.

Penelitian ini difokuskan pada ELF remaja yaitu yang berusia 11-20 tahun, yang berada pada tahap pemikiran operasional formal. Remaja yang berada pada tahap ini memiliki pemikiran yang bersifat abstrak (Piaget, dalam Santrock 2003). Dengan pemikiran yang bersifat abstrak ini membuat remaja mengembangkan sikap antisipatif. Menurut Piaget, tidak semua remaja berpikir secara operasional formal sepenuhnya. Piaget menyimpulkan bahwa pemikiran operasional formal baru akan tercapai sepenuhnya di akhir masa remaja yaitu usia 15-20 tahun. Hal ini yang membuat bagaimana pengidolaan pada remaja awal dan akhir dapat berbeda.

Pada remaja di bawah usia 15 tahun belum sepenuhnya berpikir secara operasional formal/ berpikir abstrak sehingga membuat cara pengidolaan remaja awal akan berbeda dengan remaja akhir. Pada ELF remaja awal mungkin dapat ditemukan bahwa ia mengidolakan Super Junior lebih terlihat bersemangat dibandingkan ELF remaja akhir, misalnya lebih terlihat histeris atau “mengebugu” ketika melihat Super Junior melalui media atau melihat langsung, atau ELF remaja awal akan lebih mudah tergoda untuk membeli pernak-pernik yang berhubungan dengan Super Junior dibandingkan dengan ELF remaja akhir. Hal ini disebabkan, pemikiran abstrak sepenuhnya pada ELF remaja akhir menghantarkan pada sikap antisipasi yang lebih baik.

Dengan melihat fenomena mengenai ELF dan hasil survei yang menunjukkan bervariasinya relasi parasosial terhadap anggota ELF, maka peneliti ingin meneliti lebih lanjut mengenai bentuk *parasocial relationship*, yaitu

*parasocial friendship* dan *parasocial love* pada penggemar Super Junior (ELF) yang berusia 11-20 tahun di Kota Bandung.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Dari penelitian ini, peneliti ingin mengetahui bagaimana gambaran bentuk-bentuk *parasocial relationship*, yaitu *parasocial friendship* dan *parasocial love* pada penggemar Super Junior (ELF) yang berusia 11-20 tahun di Kota Bandung.

## **1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian**

### **1.3.1 Maksud Penelitian**

Penelitian ini memiliki maksud untuk memperoleh gambaran mengenai bentuk-bentuk *parasocial relationship*, yaitu *parasocial friendship* dan *parasocial love* pada penggemar Super Junior (ELF) yang berusia 11-20 tahun di Kota Bandung.

### **1.3.2 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini memiliki tujuan untuk memperoleh gambaran mengenai *parasocial relationship* pada penggemar Super Junior (ELF) berusia 11-20 tahun di Kota Bandung, yang muncul dari bentuk-bentuk *parasocial relationship*, yaitu *parasocial friendship* dan *parasocial love*, beserta faktor-faktor yang berkaitan.

## **1.4 Kegunaan Penelitian**

### **1.4.1 Kegunaan Teoritis :**

1. Menjadi bahan masukan bagi ilmu Psikologi khususnya dalam bidang Psikologi Sosial mengenai *parasocial relationship* pada penggemar Super Junior (ELF) di Kota Bandung.
2. Memberikan sumbangan informasi kepada peneliti lain yang tertarik untuk meneliti mengenai *parasocial relationship* dan mendorong dikembangkannya penelitian-penelitian lain yang berhubungan dengan topik tersebut.

### **1.4.2 Kegunaan Praktis**

1. Memberikan informasi kepada orangtua, pendidik mengenai *parasocial relationship* pada individu yang menjadi penggemar untuk pertimbangan dalam memberikan pengawasan.
2. Memberikan pengetahuan dan pemahaman mengenai gambaran *parasocial relationship* pada penggemar K-Pop pada umumnya dan ELF pada khususnya dengan cara membuat artikel mengenai penelitian ini di media internet misalnya blog.

## 1.5 Kerangka Pikir

Manusia merupakan makhluk sosial yang membutuhkan orang lain dalam menjalani kehidupannya. Manusia membutuhkan sosok yang dapat dijadikan model dalam menjalankan peran kehidupannya. Dalam tahap perkembangannya, khususnya remaja yang sedang berada di tengah-tengah krisis identitas, akan mencari model untuk ditiru/ diidolakan (Erikson, dalam Stever 2011). Model tersebut dapat berasal dari berbagai bidang, salah satunya adalah pekerja seni/ selebriti. Melalui media, individu dapat menemukan selebriti yang dianggap cocok dijadikan panutan yang menawarkan identitas yang diinginkan oleh individu. Dalam upaya mencari identitas tersebut, maka tokoh idola menjadi penting dalam kehidupan remaja. Hal tersebut mendorong kemunculan fandom atau *fans club* sebagai media dalam mengembangkan pengidolaannya. Salah satunya adalah *fans club* dari Super Junior yang disebut dengan *EverLasting Friends* (ELF).

Ketika ELF melihat Super Junior, awalnya akan terjadi kegiatan kognitif di dalam diri individu yang menyebabkan seorang individu membuat penilaian (*judgement*) terhadap Super Junior. Penilaian yang dibentuk oleh ELF dapat berupa kesukaan atau ketidaksukaan terhadap Super Junior. Penilaian dipengaruhi oleh 3 hal yaitu, penampilan fisik, karakteristik figur media dan *skill* (Giles, 2003, dalam Thaufik, 2013).

Penampilan fisik figur media berkaitan dengan penilaian anggota ELF terhadap Super Junior berdasarkan ketertarikan fisik tersendiri, dimulai dari tinggi badan dan berat badan yang membuat Super Junior terlihat memiliki badan yang

ideal dan wajah yang dinilai tampan dan menarik. Kedua, penilaian ELF juga dipengaruhi oleh karakteristik Super Junior termasuk di dalamnya sifat, sikap, kepribadian, dan prinsip yang dimiliki oleh Super Junior yang membuat anggota ELF merasa kagum, misalnya ketika ELF menilai bahwa Super Junior ramah kepada *fans*, Super Junior juga merupakan pekerja keras, kompak, bersahabat terhadap ELF. Ketiga, penilaian juga dipengaruhi oleh *skill* yang dimiliki oleh Super Junior, yaitu di samping kemampuan Super Junior dalam bernyanyi, Super Junior juga memiliki keterampilan lain seperti *dance*, berakting, dan juga memainkan alat musik.

Tiga karakteristik tersebut membantu individu dalam memberikan penilaian kepada Super Junior. Penilaian dapat berupa penilaian positif dan penilaian negatif. Penilaian positif terhadap Super Junior, menghantarkan ELF kepada relasi parasosial, namun penilaian negatif terhadap Super Junior membuat ELF berhenti pada tahap tersebut. Namun, penilaian tersebut dapat terus diperbaharui selama episode melihat masih dapat memungkinkan untuk terjadi. Pada tahap ini dapat saja ELF menyukai Super Junior hanya ketika terjadi episode melihat, namun dapat juga berkembang yaitu ELF menyukai Super Junior bukan hanya sepanjang episode melihat namun di luar episode melihat.

Kegiatan kognitif yang terjadi pada ELF dapat juga berupa pengetahuan ELF mengenai Super Junior. Pengetahuan yang dimiliki oleh ELF dapat diperoleh melalui pengalaman ELF sebelumnya atau dapat berasal dari media-media yang menyajikan informasi mengenai Super Junior. Interaksi ELF dengan anggota ELF lainnya juga dapat membuat pengetahuan yang dimiliki oleh ELF bertambah atau

dapat mengurangi ketidakpastian atas pengetahuan yang dimiliki sebelumnya. Penilaian dan pengetahuan yang dimiliki oleh ELF bersifat timbal balik, yang berarti ketika ELF memiliki pengetahuan mengenai Super Junior akan memengaruhi penilaian Super Junior, begitu juga sebaliknya penilaian yang dimiliki ELF akan memengaruhi pengetahuan yang dimiliki oleh ELF.

Penilaian dan pengetahuan yang dimiliki oleh ELF menghantarkan ELF pada kegiatan afektif. Penilaian dan pengetahuan yang positif ELF terhadap Super Junior membuat ELF mengembangkan perasaan suka terhadap Super Junior. Perasaan suka terhadap Super Junior membuat ELF membayangkan untuk melakukan interaksi dengan Super Junior, seperti membayangkan diri ELF berkenalan dengan Super Junior sehingga memacu ELF untuk membuat upaya untuk menghubungi Super Junior. Dari proses membayangkan interaksi dengan Super Junior, akan mendorong ELF berusaha membuat kontak dengan Super Junior. Salah satu upaya yang dibuat oleh ELF untuk melakukan kontak dengan Super Junior adalah bergabung dengan kelompok *fans* Super Junior. Kegiatan kognitif, afektif dan konatif yang terjadi pada diri ELF membuat ELF menjalin interaksi dengan Super Junior. Interaksi yang terjadi tersebut dinamakan dengan relasi parasosial.

Relasi parasosial (Tukachinsky, 2010) adalah pengalaman akan keakraban, persahabatan, dan keterlibatan afektif yang kuat yang dialami oleh seseorang dalam interaksinya dengan figur media. Ketika mengalami relasi parasosial, ELF memunculkan tingkah laku seperti memuji ketampanan dan keterampilan yang dimiliki oleh Super Junior, melihat pertunjukan konser dari Super Junior berulang

kali lewat berbagai media, misalnya media internet, youtube, mendengarkan lagu-lagu yang dibawakan oleh Super Junior baik melalui MP3, CD dan DVD. Mereka juga melihat setiap kali ada tayangan di TV yang memberitakan informasi seputar Super Junior. ELF juga mencari acara lain yang dibintangi oleh Super Junior. Relasi parasosial yang dialami ELF tersebut dapat terjadi dalam dua bentuk, yaitu cinta parasosial (*parasocial love*) dan persahabatan parasosial (*parasocial friendship*).

*Parasocial love* adalah keinginan yang kuat akan kehadiran idola, merasa rindu untuk berada dekat secara fisik dengan idola, serta keterbukaan untuk diterima dan diperhatikan (Tukachinsky, 2010). Contohnya, ketika anggota ELF memuji ketampanan dari anggota Super Junior, memiliki keinginan untuk bertemu dengan Super Junior, seperti menghadiri pertunjukkan konser. Ketika menonton konser memilih tempat yang dekat dengan panggung sehingga dapat melihat lebih dekat Super Junior, memegang tangan anggota Super Junior. Banyak ELF pun meneriakkan nama anggota Super Junior yang merupakan anggota yang paling difavoritkannya (disebut dengan *bias*) dan mengungkapkan perasaannya kepada Super Junior dengan mengatakan “*i love you, oppa*”.

*Parasocial love* (PSL) memiliki dua dimensi yaitu *physical attraction* dan *emotional response to the character*. *Physical attraction* adalah derajat ketertarikan secara fisik terhadap idola (Tukachinsky 2010, dalam Thaufik 2013). ELF memiliki kekaguman secara fisik terhadap anggota Super Junior. Kekaguman tersebut diungkapkan ELF dengan mengatakan bahwa anggota Super Junior memiliki wajah yang tampan dan bentuk tubuh yang proporsional. Selanjutnya,



*emotional responses to the character* adalah derajat respon emosional terhadap idolanya, termasuk kekaguman/ penghormatan kepada Super Junior dan mengalami perubahan suasana hati (Tukachinsky 2010, dalam Thaufik 2013). Hal ini terlihat saat ELF merasa kagum akan perjuangan Super Junior dalam mencapai kesuksesan karir. Perasaan berdebar-debar ketika melihat Super Junior baik secara langsung atau melalui media, ELF ikut merasa sedih ketika mendapatkan Super Junior sedang dalam musibah, dan ELF merasa senang ketika Super Junior mendapatkan penghargaan atau prestasi tertentu. Ketika derajat pada kedua dimensi dari bentuk *parasocial love* tersebut tinggi maka ELF mengalami *parasocial love*.

Bentuk relasi parasosial yang kedua adalah *parasocial friendship* (PSF). *Parasocial friendship* adalah perasaan menyukai idola, merasakan kesetiakawanan (solidaritas) dari idola, percaya terhadap idola, dan menginginkan adanya saling keterbukaan serta dapat berkomunikasi dengan figur media (Tukachinsky, 2010). Hal ini terlihat ketika ELF menunjukkan kesukaan dan solidaritasnya dengan memberikan dukungan dan penghargaan kepada Super Junior ketika mengeluarkan album/ *single* terbaru. Mereka memberikan pujian, dan juga membantu idola secara langsung mempromosikan album/ *single* tersebut dengan membeli dan juga mempromosikan melalui media massa. *Parasocial friendship* memiliki dua dimensi yaitu *communication* dan *support and companionship* (Tukachinsky, 2010). *Communication* adalah derajat keinginan individu untuk menjalin komunikasi yang terbuka dengan figur media (Tukachinsky 2010, dalam Thaufik 2013). Hal ini terjadi saat ELF mencoba

mengungkapkan apa yang dirasakan olehnya kepada Super Junior dengan memberikan respon-respon terhadap pesan yang Super Junior sampaikan melalui media internet seperti misalnya *twitter*, keinginan ELF untuk menceritakan informasi (positif dan negatif) mengenai dirinya secara jujur dan mendalam. *Support and companionship* adalah derajat keinginan individu untuk memercayai, mendukung dan berbagi dengan figur media (Tukachinsky 2010, dalam Thaufik 2013). Ketika Super Junior mengalami hujatan dari anti-fans, ELF memberikan dukungan dengan mencoba melakukan klarifikasi berdasarkan sudut pandang yang ia miliki, ketika ada rumor negatif mengenai Super Junior, ELF tidak langsung memercayainya sebelum ada klarifikasi dari Super Junior secara langsung. Ketika derajat pada kedua dimensi dari bentuk *parasocial friendship* tersebut tinggi maka ELF mengalami *parasocial friendship*.

Faktor yang memengaruhi munculnya relasi parasosial, diantaranya adalah motivasi, faktor kesamaan, keinginan untuk mengidentifikasi idola, komunikasi sesama ELF, keterlibatan dalam kelompok *fans/ fandom* dan jenis kelamin. Motivasi yang dimiliki anggota ELF terlihat dari kebutuhan akan kepuasan sosial dan emosional yang memotivasi individu untuk bertindak laku. Motivasi yang dimiliki oleh ELF dapat bervariasi. ELF mengidolakan Super Junior dapat dikarenakan perasaan kesepian yang dimilikinya sehingga ketika ia melihat Super Junior, ia merasa tidak sendiri, namun dapat juga dikarenakan dengan menjadi ELF ia memiliki banyak teman dan dapat bertukar cerita mengenai idolanya tersebut.

Faktor kedua adalah kesamaan/ *similarity* dengan idola juga dapat memengaruhi bagaimana anggota ELF mengidolkan artis tertentu. Misalnya ketika anggota ELF memiliki pengalaman yang sama dengan idolanya sehingga semakin membuat ia mengagumi dan memunculkan relasi parasosial. Semakin ELF merasa sama/ mirip dengan Super Junior maka akan semakin kuat relasi parasosialnya (Thaufik, 2013).

Faktor yang ketiga adalah keinginan untuk mengidentifikasi idola. Identifikasi yang dimaksudkan adalah menjadikan idola sebagai panutan. Banyak ELF yang merasa kagum dengan perjuangan yang dilakukan oleh Super Junior dalam merintis karirnya, ELF merasa pengalaman kesuksesan Super Junior dapat dijadikan inspirasi bagi dirinya untuk mendapatkan kesuksesan dalam kehidupan masing-masing ELF.

Faktor berikutnya adalah keterlibatan dalam kelompok *fans*. Ketika ELF semakin intens menunjukkan keterlibatannya dalam kelompoknya maka akan semakin kuat relasi parasosial yang terbentuk. Hal ini disebabkan karena faktor komunikasi yang merupakan salah satu ciri ELF terlibat/ tidak terlibat dalam kelompok. Semakin seringnya anggota ELF berkomunikasi dapat membuat pengetahuannya mengenai idola semakin bertambah dan dapat mengurangi ketidakpastian akan berita mengenai idolanya, hal ini berkaitan dengan kegiatan kognitif pada diri ELF (Thaufik, 2013).

Faktor selanjutnya adalah komunikasi sesama *fans*. Ketika ELF yang satu berkomunikasi dengan ELF lain membahas mengenai rumor yang berkembang tentang Super Junior, akan membuat berkurangnya berita/ informasi yang tidak

menentu tentang Super Junior. Selain itu komunikasi antar sesama *fans* dapat membuat pengetahuan *fans* semakin bertambah. Semakin sering ELF berkomunikasi dengan ELF lainnya akan membuat pengetahuan ELF bertambah sehingga membuat relasi parasosial ELF semakin kuat.

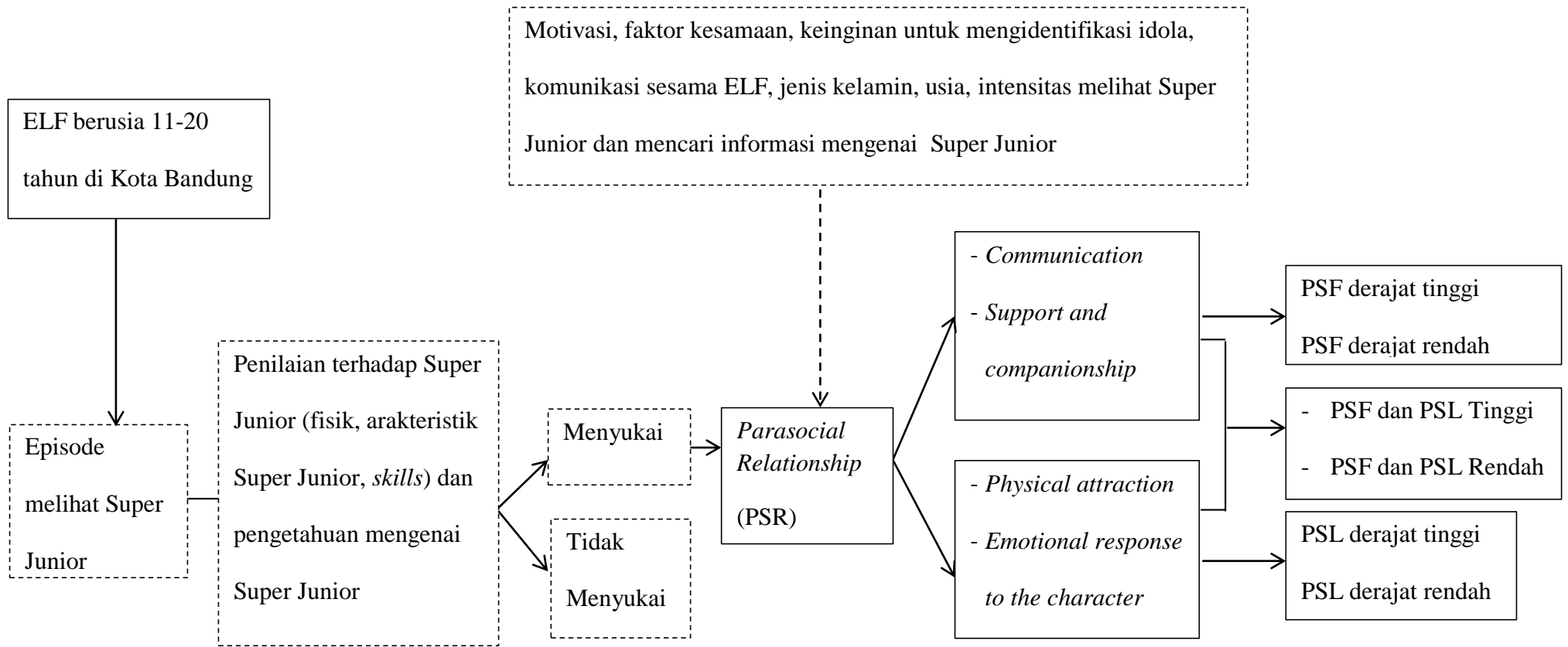
Faktor terakhir adalah jenis kelamin. Menurut Tukachinsky (2010) jenis kelamin dapat memengaruhi relasi parasosial. Jika jenis kelamin idola berlawanan dengan anggota ELF akan membuat *parasocial love* lebih kuat dibandingkan *parasocial friendship*. Begitu juga sebaliknya ketika jenis kelamin idola sama dengan anggota ELF maka *parasocial friendship* lebih kuat dibandingkan dengan *parasocial love*.

Selain itu ada beberapa faktor demografi yang dapat memengaruhi relasi parasosial, diantaranya adalah usia, tingkat pendidikan, intensitas melihat/mencari informasi mengenai idola. Biasanya usia individu mengalami relasi parasosial adalah pada usia remaja. Usia berkaitan dengan tahap perkembangan kognitif ELF. Pada ELF remaja berada di tahap pemikiran operasional formal, ELF sudah mampu berpikir secara abstrak, namun pada remaja awal dan remaja akhir memiliki perbedaan dalam tahap pemikiran formal. Piaget mengatakan bahwa remaja awal belum sepenuhnya berada pada tahap pemikiran operasional sehingga kemampuan antisipasi yang dimiliki remaja awal akan berbeda dengan remaja akhir, sehingga akan memengaruhi gambaran relasi parasosialnya. Relasi parasosial akan menurun derajatnya sehubungan dengan bertambahnya usia.

Selain itu tingkat pendidikan juga berpengaruh, menurut Levy (1982, dalam Giles 2003) individu dengan tingkat pendidikan lebih baik akan lebih sedikit

membutuhkan relasi parasosial. Hal ini berkaitan dengan perkembangan kognitif yang dimiliki oleh individu. Terakhir adalah intensitas ELF dalam mencari informasi mengenai Super Junior dapat memengaruhi relasi parasosial ELF terhadap individu. Semakin lama waktu yang dihabiskan individu untuk menggunakan media maka semakin kuat relasi sosial yang terbentuk, hal tersebut dapat terjadi karena semakin lama intensitas ELF mencari informasi berkaitan dengan semakin banyak pengetahuan yang akan bertambah, hal tersebut menyebabkan juga perasaan menyukai Super Junior akan meningkat. .

Menurut Tukachinsky (2010) anggota ELF dapat mengalami salah satu bentuk relasi parasosial atau mengalami keduanya. Ketika anggota ELF memiliki derajat yang tinggi pada satu bentuk, maka bentuk lainnya rendah. Jika individu mengalami keduanya, maka derajat yang tinggi terdapat pada kedua bentuk relasi parasosial, yaitu *parasocial love* dan *parasocial friendship*.



Bagan 1.1 Kerangka Pikir

## 1.6 Asumsi

1. Hubungan dengan Super Junior yang dihayati ELF merupakan hubungan parasosial (*parasocial relationship*)
2. *Parasocial relationship fans* Super Junior (ELF) di Kota Bandung dilihat dari dua bentuk yaitu, *Parasocial Friendship* dan *Parasocial Love*.
3. *Parasocial Friendship* yang dialami oleh ELF dapat dilihat melalui 2 dimensi *communication* dan *support and companionship*. Sedangkan *Parasocial Love* yang dialami oleh ELF dapat juga dilihat melalui 2 dimensi yaitu *physical attraction* dan *emotional response to the character*.
4. Relasi parasosial yang dialami ELF dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya motivasi, faktor kesamaan, keinginan untuk mengidentifikasi idola, komunikasi sesama ELF, jenis kelamin, usia, intensitas melihat Super Junior dan mencari informasi mengenai Super Junior
5. ELF di Kota Bandung dapat mengalami PSF dengan derajat yang tinggi, yang berarti ELF dapat menganggap Super Junior sebagai teman atau sahabat, dan juga yang menginginkan keterbukaan, komunikasi, kepercayaan. ELF juga dapat mengalami PSF dengan derajat yang rendah, yang berarti ELF tidak begitu mengharapkan Super Junior menjadi seorang sahabat, sehingga ELF tidak terlalu mengharapkan

adanya keterbukaan dan komunikasi, dan tidak begitu memercayai Super Junior

6. ELF di kota Bandung dapat mengalami PSL dengan derajat yang tinggi, yang berarti ELF di Kota Bandung menghayati adanya perasaan cinta romantis dengan Super Junior, memiliki keinginan untuk berada di sisi Super Junior, mengagumi Super Junior secara fisik, keinginan keterbukaan untuk dapat diterima dan diperhatikan, serta melibatkan emosi yang intens dengan Super Junior. Pada ELF yang mengalami PSL dengan derajat yang rendah, tidak terlalu mengharapkan adanya perasaan cinta romantis antara ELF dan Super Junior. ELF juga tidak melibatkan emosi yang intens dalam interaksinya dengan Super Junior.