

Fenomena parasosial penggemar K-Pop dalam media sosial (studi kasus pada perilaku parasosial penggemar K-Pop di media sosial x, Instagram, dan Tiktok)

Nabila Septiana Putri
Universitas Negeri Yogyakarta, Indonesia
nabila185fis.2022@student.uny.ac.id

Abstrak

Dalam lingkup media sosial terdapat beberapa hubungan dan interaksi yang terjadi antar sesama penggunanya. Contohnya yakni hubungan parasosial yang membentuk suatu fenomena khususnya hubungan parasosial penggemar K-Pop. Menurut Horton dan Wohl dalam Harvey dan Manusov (2001), secara umum, hubungan parasosial didefinisikan sebagai hubungan lekat yang terbentuk di media sebab adanya suatu ikatan yang dirasakan oleh seseorang dengan idola yang dikaguminya di media sosial. Berdasarkan hal itu, fenomena yang terjadi dapat banyak ditemukan dalam media sosial di lingkup antara penggemar K-Pop dan juga penggemarnya. Para penggemar K-Pop memiliki perasaan lekat dalam menjalin hubungan dengan idolanya. Tak sedikit dari mereka yang merasa ia dekat dan bisa berinteraksi secara langsung layaknya orang yang spesial. Mereka seringkali mengunggah sebuah cuitan ataupun komentar dalam media sosial yang membentuk adanya fenomena hubungan parasosial. Penelitian yang dilakukan menggunakan metode analisis persepsi dengan pendekatan teori parasosial. Metode analisis persepsi dipilih sebab kita dapat melakukan pemantauan terhadap perilaku para penggemar K-Pop di media sosial melalui *tweet*, komentar, serta postingan yang diunggahnya. Media sosial yang digunakan sebagai wadah untuk mencari data yakni X, Instagram, dan juga Tiktok. Dari ketiga media sosial tersebut, kita dapat menemukan berbagai contoh hubungan parasosial yang muncul. Beragam perilaku dapat dikaji dan dibahas dengan menyelaraskan teori yang akan digunakan yakni teori parasosial. Dengan penelitian dan kajian yang dilakukan, diharapkan kita bisa tahu dan memahami tentang adanya fenomena hubungan parasosial di media sosial terkhusus hubungan parasosial antara para penggemar K-Pop dengan idola yang diminatinya.

Kata kunci: hubungan parasosial, penggemar, K-pop

Abstract

Within the scope of social media, there are several relationships and interactions that occur between fellow users. An example is parasocial relationships that form a phenomenon, especially parasocial relationships of K-Pop fans. According to Horton and Wohl in Harvey and Manusov (2001), in general, parasocial relationships are defined as close relationships formed in the media because of a bond felt by a person with an idol he admires on social media. Based on that, the phenomenon that occurs can be found in social media in the sphere between K-Pop fans and fans. K-Pop fans have a feeling of attachment in establishing a relationship with their idols. Not a few of them feel that they are close and can interact directly like a special person. They often upload a tweet or comment on social media that forms a phenomenon of parasocial relationships. The research was conducted using a perceptual analysis method with a parasocial theory approach. The perception analysis method was chosen because we can monitor the behavior of K-Pop fans on social media through tweets, comments, and posts they upload. Social media used as a forum to search for data is X, Instagram, and also Tiktok. From these three social media, we can find various examples of parasocial relationships that have emerged. Various behaviors can be studied and discussed by aligning the theory to be used, namely parasocial theory. With the research and studies carried out, it is hoped that we can know and understand about the phenomenon of parasocial relationships on social media, especially the parasocial relationship between K-Pop fans and the idols they are interested in.

Keywords: paralogical relationships, fans, K-pop

A. PENDAHULUAN

K-Pop atau *Korean Pop* merupakan sebuah genre musik populer yang berasal dari Negeri Ginseng yakni Korea Selatan. Selain musik, K-Pop sendiri mencakup beberapa aspek seperti budaya, *fashion*, makanan, dan lain sebagainya. Musik K-Pop didominasi oleh *boygroup* dan juga *girlgroup*. Mereka menampilkan music serta *dance* dan koreografi yang tidak mudah. Dengan adanya K-Pop, munculah sebuah fenomenan *Korean wave* atau bisa disebut juga dengan *Hallyu* (gelombang Korea) mulanya populer di kalangan jurnalis Beijing sebab adanya fenomena K-Pop yang masuk dengan pesat di negara daerah tersebut. Hal tersebut ditandai dengan pemutaran sebuah drama Korea yang berjudul *What Is Love About* di salah satu stasiun televisi China. Drama tersebut munuai banyak pujian dan tak sedikit dari masyarakat China yang menyukainya. Selain itu, popularitas dari drama tersebut juga merambah ke negara-negara Asia lainnya seperti Vietnam, Hongkong, dan Taiwan. Diiringi dengan populernya budaya Korea di negara-negara Eropa dan Amerika Serikat melalui drama, film, musik, *fashion*, dan lain sebagainya. Dengan menjalarnya fenomena *Hallyu* tersebut memunculkan adanya fans atau penggemar di mana hal tersebut merupakan individu bahkan perkumpulan seseorang yang memiliki rasa suka atau daya tarik terhadap idola K-Pop nya.

Perkembangan zaman saat ini membawa pengaruh yang sangat besar bagi penggemar K-Pop atau *Korean Wave* (*Hallyu*) yang di mana banyak dari penggemarnya bahkan sampai tergila-gila dengan sosok artis yang berasal dari Korea Selatan. Bukan hanya lagu bahkan budaya lain seperti film, drama, makanan, sampai gaya berpakaian pun menjadi kiblat bagi para penggemar K-Pop. Di abad ke-21, K-Pop atau musik Korea sangat populer di masyarakat dunia, terutama para remaja. Para remeja di penjuru dunia memuat beberapa grup *fanbase* untuk meng-*update* apapun seputar K-Pop atau *Korean Wave*, sampai saat ini hal itu masih sangat sering ditemukan diberbagai sosial media. Di Indonesia sendiri, fenomena *Hallyu* mulai populer beberapa tahun terakhir. Bahkan

tingkat kepopulerannya sangat pesat sebab drama, film, serta *music* K-Pop sangat digemari oleh masyarakat Indonesia terutama pada generasi Z. Fenomena K-Pop berkembang pesat di Indonesia mulai dari drama, film, *music*, makanan, *fashion*, dan lain sebagainya yang diiringi dengan budaya-budaya lain dari Korea Selatan.

Korean wave atau *Hallyu* berkembang pesat dengan adanya media sosial sebagai wadah untuk mengenalkan budaya Korea di Indonesia. Selain itu, media sosial juga berperan sebagai wadah bagi para penggemarnya untuk mencari tahu tentang kehidupan idolanya. Melalui media sosial, para penggemar dapat mendapatkan informasi mengenai idola mereka baik dari akun media sosial pribadi dari idola tersebut ataupun dari akun *fanbase* yang menyebarkan informasi-informasi lainnya. Para penggemar dapat memberikan reaksi seperti like, komentar, atau bahkan dapat berinteraksi secara langsung melalui balasan komentar dalam live. Walaupun interaksi tersebut hanyalah sebatas interaksi secara virtual, namun mereka yang berhasil *notice* akan merasa sangat senang sebab mereka merasa dikenali oleh idola mereka. Hal tersebut dapat terjadi sebab mereka merasa senang dan puas jika mereka bisa dekat dan memiliki hubungan yang lebih dengan idolanya.

B. TEORI

Teori Parasosial

Dalam hubungan yang terjadi antara *idol* dan fansnya, terdapat teori yang mengungkapkan tentang hal itu, yakni teori parasosial. Ballantine dan Martin (2005) mengungkapkan bahwa interaksi parasosial terjadi pada seseorang yang berinteraksi terhadap figur dalam media sosial dan seseorang itu memiliki pemikiran bahwa akan terdapat hubungan yang lebih dengan figur yang diidolaknya seperti menjadi teman atau bahkan kekasihnya. Dalam hal ini, seorang fans memiliki peran yang penting dalam hubungan interaksi parasosial dengan figur yang diminatinya.

Menurut Stever (2013) terdapat beberapa poin yang menjadi latar belakang dari perasaan suka yang muncul oleh penggemar terhadap idolanya, yakni:

1. *Task attraction*: Pada poin ini, prestasi dan bakat yang dimiliki seorang *idol* menjadi sebuah alasan bagi para penggemarnya untuk menyukai idola tersebut. Para penggemar mempertimbangkan kemampuan yang dimiliki oleh idolanya.
2. *Identification attraction*: Seorang penggemar berkeinginan untuk memiliki kesamaan dengan idolanya baik berupa kesamaan gaya hidup, tingkah laku, *fashion*, serta kebiasaan yang dilakukan oleh para idolanya. Para penggemar tersebut berpikiran bahwa idolanya itu patut untuk menjadi *role model* bagi kehidupan sehari-harinya.
3. *Romantic attraction*: Dalam hal ini, seorang penggemar memiliki sebuah kebutuhan untuk dekat dengan idolanya baik secara emosional maupun fisik. Hal tersebut dapat dipenuhi dengan cara melihat unggahan dari idolanya di media sosial sehingga mereka tahu tentang kegiatan yang dilakukan oleh idolanya, dengan begitu para penggemar menjadi merasa lebih dekat dan memiliki hubungan dengan *idolnya* itu.

Menurut Nuria Astagini dan Veronica Kaihatsu (2017) pada intinya, interaksi parasosial hampir sama halnya dengan adanya hubungan lebih dekat yang terjadi dan dimulai dari perkenalan antar individu, sehingga mulai muncul adanya daya tarik, serta terdapat proses kelanjutan yakni antara bertahan dalam status hubungan pertemanan saja ataupun menuju hubungan cinta.

C. METODE

Berdasarkan judul dan pembahasan yang akan diangkat dalam penelitian ini, terdapat sebuah metode yang menjadi acuan yakni metode analisis persepsi yang menggunakan pendekatan teori parasosial. Seperti judul yang telah tercantumkan sebelumnya, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui perilaku fenomena parasosial pada para penggemar K-Pop di media sosial. Metode analisis persepsi ini dipilih sebab analisis persepsi memfokuskan pada bagaimana pembaca berperan dalam menerima pesan di media sosial. Metode tersebut digunakan untuk memahami

tentang sudut pandang seseorang bahkan kelompok mengenai isu, topik, serta situasi tertentu. Dalam hal ini, metode tersebut digunakan pada perilaku para penggemar K-Pop melalui *tweet*, *postingan*, serta komentar dalam media sosial. Terdapat pula sebuah metode untuk mengumpulkan data sebagai penunjang penelitian yakni menggunakan metode analisis konten di mana kita melihat aktivitas media sosial dari penggemar K-Pop itu sendiri dalam konteks fenomena parasosial. Data dikumpulkan dari beberapa *tweet*, komentar, dan postingan para penggemar di media sosial X, Instagram, dan juga Tiktok. Kembali dalam analisis persepsi, analisis tersebut dilakukan sebab metode itu dapat melihat serta memahami bagaimana perilaku para penggemar K-Pop terhadap idolanya di media sosial.

D. HASIL DAN DISKUSI

Fenomena *Hallyu* atau gelombang K-Pop ini menjadi marak di Indonesia khususnya pada bidang seni musik K-Pop. Berbagai *boygroup* dan *girlgroup* mulai bermunculan dan diminati oleh sebagian besar masyarakat. Hal tersebut memunculkan adanya gelombang K-Pop dengan banyaknya kelompok-kelompok penggemar yang terbentuk. Interaksi pun terjalin antar sesama penggemar atau bahkan antara penggemar dengan *idol*. Media sosial menjadi penghubung antara mereka dalam berinteraksi. Pertukaran informasi mengenai kehidupan sang *idol*, fakta, hingga kisah asmara juga terungkap di sana. Media sosial berperan penting dalam proses terbentuknya fenomena interaksi antar penggemar dengan idolnya atau bisa disebut dengan interaksi parasosial. Pada intinya interaksi parasosial merupakan sebuah hubungan yang terbentuk antara seseorang dengan tokoh yang disenanginya baik seorang tokoh di media maupun karakter fiksi. Interaksi parasosial melibatkan hubungan satu arah di mana seseorang dapat melibatkan perasaan emosional dengan idolanya namun tidak melibatkan hubungan interaksi dua arah dari sang idola. Interaksi parasosial banyak terbentuk di media sosial khususnya hubungan interaksi antara penggemar dengan *idol* K-Pop. Para penggemar K-Pop cenderung membuat ilusi atau khayalan tentang hubungan dia dengan idolanya yang

berada di media sosial. Ilusi tersebut seringkali dituangkan dalam media sosial berupa *tweet*, komentar, bahkan *postingan*



.Gambar 1 dan 2.
Sumber: X/@zeeya19_ dan
tiktok/@official_nct

Seperti contoh yang disajikan di atas, terdapat *tweet* yang diunggah oleh salah satu akun pengguna *fans* K-Pop yang menyebutkan bahwa ia adalah pacar dari Haechan, suami dari Jeno dan Baekhyun. Hal tersebut menunjukkan adanya ilusi atau khayalan dari sang penggemar bahwa ia merupakan kekasih dari idolanya itu. Kemudian, dalam postingan NCT di tiktok juga terdapat berbagai komentar yang menunjukkan adanya interaksi parasosial antara penggemar dengan idola seperti contoh yang telah disajikan di atas. Salah seorang penggemar yang berkomentar “mas kayaknya sudah saatnya kita bersama... ayuk maz” menunjukkan hubungan interaksi parasosial yakni adanya ilusi untuk memiliki sang idola yang dituangkan dalam kolom komentar media sosial. Kedekatan bahkan kepemilikan yang dirasakan para penggemar dengan idolanya merupakan sebuah interaksi parasosial yang banyak terjadi di media sosial.

Dalam hubungan interaksi parasosial terdapat beberapa tahapan yang menjadi proses interaksi tersebut dapat terjadi. Menurut Giles dan Maltby (2006) yang

menyebutkan bahwa terdapat tiga proses tahapan dalam hubungan parasosial. Tahapan tersebut terdiri atas:

1. ini *Entertaint-sosial*

Tahap merupakan tahapan yang masih umum terjadi dalam hubungan interaksi parasosial. Pada tahap ini terbentuk perasaan suka atau tertarik dengan suatu tokoh di media sosial, namun ia masih belum mengulik terlalu jauh mengenai kehidupan tokoh tersebut. Ia cenderung hanya menyukai serta membicarakan tokoh tersebut kepada teman atau orang lain di media sosial.

2. *Intense-personal*

Pada poin kedua ini, para penggemar cenderung akan mulai mencari tahu mengenai kepribadian hingga kehidupan sang idola. Mereka akan lebih mengulik fakta-fakta yang dimiliki idolanya melalui media sosial ataupun platform lainnya. Selain itu, dalam tahapan ini juga muncul adanya usaha dari penggemar untuk mendukung idola yang digemarinya lewat *steaming MV*, memberikan *vote* pada nominasi, dan bahkan mulai membeli produk atau *merchandise* dari sang idola seperti album dan *photocard*-nya. Hal tersebut merupakan bentuk dukungan yang dilakukan para penggemar untuk mendukung idolanya. Selain membeli merchandise yang dimiliki idolnya, para penggemar juga sering kali mengeluarkan uang demi untuk membeli suara barang yang digunakan oleh idolanya. Ia

mengupayakan untuk memiliki barang-barang yang sama dengan idolanya.



Gambar 3 dan 4.

Sumber: Instagram/@wowfaktaexo dan TikTok

3. ***Bonderline-pathological***

Pada tahap ini, hubungan interaksi parasosial yang terjadi semakin mengarah ke dalam pemikiran yang luas dan tidak terkontrol. Penggemar merasa tidak bisa membedakan antara kehidupan yang nyata maupun khayalannya. Mereka menganggap bahwa mereka memiliki hubungan yang dekat dan nyata dengan idolanya. Tak sedikit para penggemar yang melakukan aksi nekat untuk menguntit idolanya agar ia merasa lebih dekat dan

mengetahui kehidupan sang idola lebih jauh. Dalam dunia K-Pop hal tersebut biasa disebut dengan *sasaeng*, yakni seorang penggemar yang memiliki perilaku berlebihan terhadap idolanya. Hal tersebut dilakukan olehnya untuk lebih merasa dekat dan mencari perhatian dari idola yang digemarinya. Namun, hal tersebut justru akan mengganggu kehidupan sang *idol* bahkan mereka cenderung akan merasa tidak nyaman jika dibuntuti terlalu berlebihan sampai membahayakannya.



Gambar 5.

Sumber: X/@KpopChartNet

Hallyu atau gelombang K-Pop memang marak akhir-akhir ini. Banyak sekali orang yang menggemari *idol* K-Pop dan mengungkapkannya di media sosial. Berbagai perilaku di media sosial terjadi sehingga terbentuk adanya hubungan interaksi parasosial. Tak sedikit penggemar yang menjadikan idolanya sebagai teman, kekasih, atau sekedar idola yang tak dapat digapainya. Namun,

hal tersebut juga memungkinkan adanya sikap khayalan yang dibentuk oleh para penggemar di media sosial. Dalam hal ini, interaksi parasosial dapat terbentuk melalui media sosial dengan beragam bentuknya. Mulai dari *tweet* unggahan salah seorang penggemar yang menyebutkan bahwa ia adalah kekasih dari idolanya. Hal tersebut tentunya hanya khayalan semata yang dilakukan oleh para penggemar untuk memenuhi perasaan emosionalnya. Namun, tak sedikit dari mereka yang berlebihan hingga rela membuntuti idolanya demi menarik perhatian. Hal tersebut tentu mengganggu kehidupan dari sang *idol*, bahkan tak sedikit dari idol yang merasa takut dan trauma sebab perbuatan *fans* yang keterlaluan itu.

E. KESIMPULAN

Fenomena hubungan parasosial di antara penggemar K-Pop melalui media sosial menjadi hal yang signifikan. Hubungan parasosial tersebut menciptakan sebuah ikatan emosional antara penggemar dengan idola mereka, terutama melalui interaksi di platform media sosial seperti X, Instagram, dan juga Tiktok. Metode analisis persepsi dengan pendekatan teori parasosial digunakan dalam penelitian ini untuk memahami lebih dalam perilaku dan persepsi penggemar K-Pop di media sosial. Penggunaan media sosial sebagai wadah untuk interaksi parasosial antara penggemar dan idolanya menciptakan ilusi hubungan yang dekat dan personal. Adanya *tweet*, komentar, dan *postingan* yang diunggah di media sosial mencerminkan intensitas hubungan parasosial yang terbentuk. Teori parasosial membantu menjelaskan bagaimana individu dapat mengembangkan perasaan afektif terhadap tokoh media tanpa

adanya interaksi langsung. Pembahasan juga menyoroti dampak fenomena *Hallyu* atau gelombang K-Pop di Indonesia, dimana penggemar K-Pop tidak hanya tertarik pada musik, tetapi juga pada aspek-aspek lain seperti drama, film, *fashion*, dan gaya hidup. Namun, perlu diingat bahwa ada risiko ketika interaksi parasosial berubah menjadi perilaku yang berlebihan, seperti tindakan yang dilakukan oleh *fans* fanatik (*sasaeng*) yang dapat mengganggu kehidupan pribadi dan keamanan *idol*. Kesadaran akan batasan dan etika dalam interaksi parasosial perlu ditekankan untuk menjaga keseimbangan antara apresiasi terhadap seni dan perlindungan privasi *idol*.

F. DAFTAR PUSTAKA

- Muhammad, W. A. (2013). Fenomena Hallyu (Gelombang Korean-Pop/K-Pop) dan Dampaknya di Indonesia. *Jurnal Masyarakat dan Budaya*, 15(1), 201-212.
- Wardani, E. P., & Kusuma, R. S. (2021). Interaksi parasosial penggemar k-pop di media sosial (studi kualitatif pada fandom army di twitter). *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 7(2), 243-260.
- Rinata, A. R., & Dewi, S. I. (2019). Fanatisme Penggemar Kpop Dalam Bermedia Sosial Di Instagram. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(2), 13-23.
- Sumirna, W. O., Maulan, H. F., & Putra, M. R. A. (2023). Hubungan Parasosial Antara Fangirl Dan Selebriti K-Pop. *JIM: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, 8(3), 1612-1626.
- Saifuddin, D. A., & Masykur, A. M. (2014). Interaksi Parasosial. *Jurnal EMPATI*, 3(4), 143-152.
- Tartila, P. L. (2013). Fanatisme fans kpop dalam blog netizenbuzz. *Commonline*, 2(3), 190-205