



Gambaran *Social Skill* pada Wanita Dewasa Awal Penggemar K-Pop yang Terlibat Interaksi Parasosial

Social Skill in Young Adult Female K-Pop Fans Who Involved in Parasocial Interactions

Shafitri Widya Iswara¹, Irfan Fahmi², Hilmi Agni Ruhiyat³

^{1, 2, 3} Fakultas Psikologi, UIN Sunan Gunung Djati, Bandung, Indonesia

Abstrak. Berdasarkan perkembangan psikologis dan sosial, wanita dewasa awal diharapkan memiliki *social skill* yang matang. Namun, banyak dari mereka menunjukkan keterlibatan emosional berlebih terhadap idola sehingga mengabaikan interaksi sosial nyata di sekitarnya. Fenomena ini dikenal sebagai interaksi parasosial yang menimbulkan pertanyaan mengenai sejauh mana *social skill* mereka berkembang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran *social skill* pada wanita dewasa awal penggemar K-Pop yang terlibat interaksi parasosial. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif fenomenologi dengan metode pengumpulan data berupa wawancara mendalam, observasi, serta kuesioner sebagai alat *screening* untuk menentukan subjek yang sesuai kriteria. Subjek penelitian berjumlah tiga wanita berusia 18-25 tahun, berdomisili di Bandung, penggemar K-Pop baik *boygroup* ataupun *girlgroup*, dan memiliki interaksi parasosial tinggi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga subjek mampu berpartisipasi dalam aktivitas sosial, namun masih mengalami kesulitan dalam memahami aspek kognisi sosial. Temuan ini berkaitan dengan dinamika lingkungan sosial subjek, baik dalam relasi pertemanan maupun keluarga.

Kata kunci: dewasa awal, interaksi parasosial, keterampilan sosial, penggemar k-pop

Abstract. Based on psychological and social development, young adult women are expected to have developed mature social skills. However, many of them display excessive emotional involvement with idols, leading to the neglect of real-life social interactions. This parasocial interaction phenomenon raises questions about the extent of their social skill development. This study aims to explore the social skills of early adult women who are K-pop fans and engage in high levels of parasocial interaction. Using a qualitative phenomenological approach, data were collected through in-depth interviews, observation, and a questionnaire as a screening tool. The participants were three women aged 18-25 years, residing in Bandung, who are fans of K-Pop boy or girl groups and exhibit high levels of parasocial interaction. The results show that all three participants were able to participate in social activities, but still experienced difficulties in understanding aspects of social cognition. These findings are related to the dynamics of the participants' social environments, both in terms of friendships and family relationships.

Keywords: early adulthood, k-pop fans, parasocial interaction, social skills

JoPS :

Journal of Psychology Students

Vol 5: 1, Mei 2026,
Halaman 48 - 58

ISSN 2962-2352 (online);
2830-0998 (print)

Info Artikel

Received:

10 April 2026

Accepted:

9 Mei 2026

Published:

31 Mei 2026

DOI:

10.15575/jops.v5i1.55220

Copyright © 2026 Penulis. Diterbitkan oleh Fakultas Psikologi UIN SGD Bandung, Indonesia.

Artikel ini merupakan artikel Open Access dengan lisensi CC BY 4.0

* Corresponding author: Fakultas Psikologi, UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Jl. A.H. Nasution No. 105, Kelurahan Cipadung, Kec. Cibiru, Kota Bandung, Jawa Barat 40614, Indonesia
E-mail: sshafitri@gmail.com

Pendahuluan

K-Pop menjadi salah satu budaya Korea yang banyak digandrungi di Indonesia. Popularitas K-Pop di Indonesia dari pertengahan tahun 2000-an hingga awal 2010-an dengan BoA, TVXQ, Big Bang, Girls' Generation, dan 2NE1 sebagai grup-grup yang telah membangun basis penggemar yang kuat. Pada tahun 2012, popularitas K-Pop semakin melonjak setelah kesuksesan 'Gangnam Style' milik Psy dan hal tersebut memberikan peluang bagi grup-grup lain untuk mengembangkan sayapnya serta menarik perhatian penggemar Indonesia (Wiwoho dkk., 2024). Saat ini, industri K-Pop mencapai sebuah keberhasilan, temuan ini ditunjukkan melalui data yang dilansir dari website resmi pemerintahan Korea Selatan, Korea.Net bahwa jumlah *streaming* K-Pop di seluruh dunia meningkat sebesar 42% dibandingkan periode yang sama di tahun 2022. Tak hanya itu, Indonesia juga menjadi salah satu negara dengan jumlah pendengar K-Pop terbanyak, dengan total 7,4 miliar kali pemutaran, sehingga menempatkannya pada peringkat ketiga, bahkan melampaui Korea Selatan sebagai negara asal K-Pop (Dasom, 2023).

Popularitas K-Pop di Indonesia yang sangat meningkat tersebut disebabkan oleh beberapa faktor. Pertama, K-Pop memiliki ciri khas dengan berbagai grup idola, seperti *boygroup*, *girlgroup*, dan grup campuran yang terdiri dari laki-laki serta perempuan. Kedua, nilai jual tinggi yang dimiliki K-Pop dengan elemen musik yang berbeda melalui penggabungan musik tradisional Korea. Ketiga, penampilan fisik yang menarik dari para anggota grup baik itu dari *boygroup* maupun *girlgroup* dengan keterampilan vokal dan tari menjadi daya tarik serta simbol yang mencerminkan keindahan dan keunikan kultur Korea (Rafdinal dkk., 2023). Selain itu, perkembangan teknologi dan peran penggemar pun menunjang popularitas K-Pop. Para penggemar memanfaatkan media sosial sebagai perantara antara mereka dengan idolanya, sehingga mereka dapat mengetahui informasi terbaru dan perkembangan karier idolanya (Maudiana dkk., 2023).

Akses media sosial yang dapat dilakukan kapan saja dan di mana saja membuat para penggemar memiliki kedekatan dengan idolanya, meskipun kedekatannya hanya melalui media sosial. Paparan media sosial membuat para penggemar merasa sangat mengenal idolanya, baik dari penampilan, gaya hidup, hingga hal-hal yang disukai, bahkan yang tidak disukainya. Idola merujuk pada individu yang sangat

disukai oleh penggemarnya (Nurdin, 2020). Para penggemar K-Pop cenderung memiliki idola dari grup yang mereka sukai dan idola tersebut mendapatkan dukungan serta perhatian lebih dibanding anggota yang lain dari penggemarnya tersebut. Peristiwa saat individu merasa mengenal idola secara personal disebut dengan istilah interaksi parasosial.

Konsep interaksi parasosial telah dikenalkan oleh Horton dan Wohl (1956) untuk mendeskripsikan interaksi yang terjadi antara pengguna media dengan figur media. Pada konteks ini, pengguna media merujuk pada penggemar K-Pop dan figur media ditujukan pada idola K-Pop. Interaksi parasosial mulanya terjadi melalui media massa seperti radio, televisi, dan film. Media massa tersebut memberikan ilusi interaksi timbal balik dengan figur medianya, tetapi nyatanya, interaksi tersebut bersifat satu arah, non-dialectical, dikontrol oleh figur media, dan tidak dapat berkembang (Horton & Wohl, 1956). Harvey dan Manusov pun menyatakan bahwa interaksi parasosial berkaitan dengan hubungan persahabatan yang terjalin dengan tokoh sosial yang ada di media, biasanya didasarkan pada adanya ikatan afektif yang dirasakan individu terhadap figur media terkait (Siahaan dkk., 2023). Figur media tersebut secara sengaja menggunakan berbagai kalimat personal untuk berinteraksi dengan penggemarnya melalui pengelolaan respons yang dirancang sedemikian rupa (Hartmann dkk., 2011). Hal tersebut memunculkan beberapa bentuk keterlibatan pengguna media sehingga menjadikan figur media sebagai role model, teman, hingga berkeinginan untuk bertatap muka secara langsung dengan mereka (Rubin dkk., 1985). Setelahnya, penyebutan mengenai figur media dan pengguna media dalam penelitian ini akan menggunakan istilah penggemar K-Pop dan idola.

Para penggemar K-Pop tersebut menciptakan suatu komunitas untuk memudahkan mereka berkomunikasi dan saling bertukar informasi terkait idolanya. Komunitas penggemar tersebut memunculkan loyalitas dan keakraban antar penggemar karena didasari ketertarikan yang sama melalui media sosial. Tak hanya itu, aktivitas lain yang dilakukan para penggemar pun sangat beragam, mulai dari *streaming* bersama untuk meningkatkan jumlah *viewers* video musik, memberikan *vote* dalam ajang penghargaan, hingga mengikuti *fan project*. Hasil penelitian Wardani & Kusuma (2021) pun menyatakan bahwa para penggemar memanfaatkan media sosial,

salah satunya ialah X (Twitter) untuk saling bertukar informasi dan berdiskusi mengenai hal yang berkaitan dengan idolanya serta menggunakan frasa tertentu yang hanya dipahami oleh sesama penggemar untuk diskusi tersebut. Tak hanya untuk saling bertukar informasi dengan sesama penggemar, mereka juga senantiasa berkomunikasi dengan idolanya. Hal tersebut terjadi saat idola mereka sering mengunggah aktivitasnya sehingga memunculkan rasa kedekatan dengan idola tersebut, tetapi nyatanya, kedekatan tersebut bersifat semu atau satu arah dan hanya penggemar saja yang merasakannya (Sari dkk., 2022). Para penggemar pun sering kali memberikan reaksi berlebihan dan mengacu pada fanatisme serta mengarah pada tindakan fisik maupun psikis sehingga muncul keinginan untuk bertemu, berfoto bersama, memeluk, mencium, hingga menggigit idola mereka karena adanya daya imajinatif penggemar K-Pop terhadap idolanya (Wardani dkk., 2021).

Meski begitu, ada pula penggemar yang tak hanya memanfaatkan media sosial untuk berkomunikasi dengan idola maupun antar-penggemar, mereka senantiasa melakukan berbagai aktivitas seperti *project*, *gathering*, *birthday event*, & kegiatan sosial lainnya. Misalnya, dilansir dari Liputan6, ARMY Indonesia melakukan proyek amal berupa penggalangan dana untuk para korban tragedi Kanjuruhan pada 3 Oktober 2022. Mereka berhasil mengumpulkan dana sekitar Rp 447.415.115, melebihi target yaitu Rp 400 juta. Adapula *birthday event* Wooyoung Ateez yang dilakukan oleh akun X (Twitter) @lovelywuyo pada tanggal 30 November 2024 di Scha Brasserie, Blok M. Acara ini berupa *mini exhibition* yang memperlihatkan diskografi dan foto-foto Wooyoung mulai dari era pre-debut hingga *comeback* album terbarunya, yaitu Golden Hour Part.1 (Rokhmawati, 2024). Kondisi ini tak hanya memperlihatkan kecintaan pada idola mereka, tetapi juga menunjukkan sisi positif dari interaksi parasosial.

Berbagai kegiatan tersebut memunculkan beragam perilaku dalam peristiwa yang sama. Cara penggemar mengekspresikan dukungan terhadap idolanya tersebut bervariasi. Kelompok yang lebih aktif di media sosial senantiasa membangun interaksi melalui media sosial sehingga para penggemar berkomunikasi dengan cara yang tidak langsung. Di sisi lain, terdapat penggemar yang terlibat dalam aktivitas yang lebih sering berinteraksi secara langsung dan melibatkan kontak fisik antar-penggemarnya. Hal

tersebut pun ditunjukkan oleh hasil penelitian dari Siswoyo, Daranindra, & Abidin (2024) bahwa 5 dari 6 subjeknya merasa memiliki kesempatan untuk memperluas relasi setelah menjadi penggemar K-Pop, tetapi 1 subjek menyatakan bahwa dirinya menjadi lebih tertutup dari teman-teman sekitarnya. Temuan ini menunjukkan bahwa peristiwa yang sama pun dapat memberikan dampak yang berbeda bagi setiap individu. Selain itu, ada pula temuan dalam penelitian yang dilakukan oleh Stever (2011) bahwa seorang perempuan berusia 28 tahun beranggapan jika romansa yang tidak 'nyata' lebih baik daripada tidak memiliki romansa sama sekali. Pada beberapa tahap, pengalaman romansa yang tidak 'nyata' terkadang bisa memuaskan. Ketika hubungan nyata sulit untuk diwujudkan, sebagian penggemar memilih interaksi parasosial sebagai bagian utama dalam hidup mereka, meskipun mereka menyadari bahwa hal tersebut tidak akan menjadi kenyataan.

Peristiwa interaksi parasosial ini dipandang wajar jika terjadi pada masa remaja karena individu senantiasa dalam fase mencari identitas diri, seperti yang diungkapkan oleh Maltby dkk. (2002) bahwa aktivitas pengidolaan ini umumnya normal terjadi di masa remaja, tetapi akan berkurang seiring bertambahnya usia. Meski begitu, kenyataannya masih banyak individu dewasa yang tetap memiliki keterlibatan cukup intens dengan idolanya, termasuk melakukan berbagai kegiatan yang berkaitan dengan idolanya. Fenomena ini didukung oleh data dari IDN Times yang melakukan survei elektronik sepanjang Desember 2018 hingga Januari 2019 di seluruh Indonesia dengan melibatkan 580 responden. Hasil survei tersebut menyatakan bahwa mayoritas penggemar K-Pop ialah wanita dengan persentase sebanyak 92,1% dan rata-rata usianya yaitu 20-25 tahun. Apabila diperhatikan dari fase perkembangan, usia tersebut telah masuk pada fase dewasa awal. Idealnya, individu dewasa awal telah menyelesaikan pertumbuhannya dan siap untuk hidup bermasyarakat bersama dengan individu dewasa lainnya (Hurlock, 1996). Erik Erikson (dalam Monks dkk., 2001) pun menyatakan bahwa dewasa awal merupakan tahapan awal individu dalam kehidupan dengan hubungan dekat, hangat, dan komunikatif, dengan atau tanpa melibatkan kontak seksual. Dewasa awal merupakan fase saat individu berada pada tahap perkembangan psikososial *intimacy vs isolation*. Mereka siap untuk mencapai *intimacy*, yaitu kemampuan untuk

berkomitmen pada suatu hubungan dan mempertahankan komitmen, meskipun memerlukan pengorbanan. Sedangkan apabila individu dewasa awal tidak dapat memenuhi hal tersebut, maka ia akan melakukan penghindaran terhadap interaksi atau *isolation* sehingga memungkinkan adanya perilaku maladaptif, seperti perasaan acuh tak acuh, kesepian, serta mengisolasi diri dari cinta (Erikson, 1963). Dalam membangun hubungan kedekatan atau mencapai *intimacy* tersebut, individu harus memiliki keterbukaan diri, empati, kemampuan untuk mengomunikasikan emosi, *problem solving* hingga melibatkan komitmen. Membangun hubungan atau memperluas relasi memegang peranan yang sangat penting dalam usia dewasa awal karena berkaitan dengan perkembangan sosial. Berdasarkan beberapa hasil penelitian yang dijelaskan sebelumnya, lantas seperti apa gambaran *social skill* yang dimiliki oleh wanita dewasa awal penggemar K-Pop yang terlibat dalam interaksi parasosial?

Social skill merupakan salah satu perkembangan sosial sebagai proses individu dalam mempelajari, mengembangkan keterampilan, perilaku, dan hubungan interpersonal. *Social skill* pun merujuk pada perilaku yang dapat diterima secara sosial dengan kemampuan memahami ekspektasi sosial (Jurevičienė dkk., 2012). *Social skill* dapat membantu individu untuk berkomunikasi secara efektif dan menghindari respon yang tidak dapat diterima secara sosial.

Peneliti melakukan studi awal terhadap 3 orang subjek penggemar K-Pop yang telah diajukan beberapa pertanyaan mengenai keterlibatannya dengan idola mereka. Subjek pertama, R yang berusia 21 tahun dan telah menjadi penggemar K-Pop selama 8 tahun. Mulanya, ia dikenalkan dengan K-Pop oleh adiknya. R menyatakan bahwa hal tersebut membuatnya ingin mencari tahu lebih dalam mengenai K-Pop. Ia mulai mencari informasi mengenai grup-grup K-Pop, menonton kontennya, hingga ia menjadi penggemar BTS, yaitu ARMY. Tak hanya BTS, saat ini ia menjadi penggemar dari beberapa *boygroup* seperti SEVENTEEN, TXT, NCT, hingga BOYNEXTDOOR. Semakin banyak grup yang ia sukai tak membuat rasa suka terhadap BTS itu berkurang, terutama pada Kim Taehyung atau V. Ia menyatakan bahwa dirinya memiliki keinginan untuk bertemu dengan idolanya dan sering kali merasa lebih emosional jika ada beberapa kegiatan yang berkaitan dengan idolanya tersebut, salah satunya adalah berita wajib militer dari

Kim Taehyung yang dapat membuatnya menangis serta adanya rasa rindu terhadap idolanya tersebut. Subjek R menyatakan bahwa ketertarikannya terhadap K-Pop memengaruhi kehidupannya, terutama dalam menunda interaksi dengan lawan jenis ke arah yang lebih serius karena masih memikirkan idolanya, serta muncul rasa malu dan canggung saat memulai interaksi dengan orang lain.

Subjek kedua, S yang berusia 20 tahun dan telah menjadi penggemar K-Pop selama 7 tahun. Ia mengenal K-Pop berawal dari kegemarannya membaca novel maupun cerpen secara online melalui aplikasi Wattpad. Ia menemukan salah satu novel dengan visualisasi karakter dari anggota *boygroup* NCT yaitu Renjun. Hal tersebut membuatnya menjadi penggemar NCT yang dikenal dengan sebutan NCTzen. S pun menyatakan bahwa dirinya sempat kehilangan minat terhadap K-Pop karena kesibukannya saat menjelang ujian sekolah SMP dan mulai kembali lagi menggemari K-Pop di kelas 2 SMA sampai saat ini, bahkan kini dirinya pun menjadi penggemar dari *boygroup* SEVENTEEN. Selama menjadi penggemar K-Pop, S menyatakan bahwa idolanya sering kali dijadikan sebagai bahan halusinasi dan menganggapnya sebagai teman, sahabat, bahkan pacar. Di sisi lain, S yang notabene-nya sebagai penggemar K-Pop menyatakan bahwa ia lebih sering mengandalkan dirinya sendiri dan menganggap dirinya kurang bisa bersosialisasi serta terbuka terhadap orang lain.

Subjek ketiga, M yang berusia 21 tahun dan telah menjadi penggemar K-Pop selama 7 tahun. Saat itu, ia tidak memiliki ketertarikan terhadap K-Pop, tetapi saat teman-temannya mulai mengenalkan K-Pop kepadanya, ia mulai penasaran hingga akhirnya mencari informasi terkait K-Pop dan menjadi ARMY, penggemar dari *boygroup* BTS. M menyatakan bahwa BTS berbeda dengan *boygroup* lainnya, BTS memiliki berbagai lagu yang bertemakan kisah hidup bahkan motivasi sehingga dirinya seringkali merasa terhubung dengan BTS melalui lagunya tersebut. Selama menjadi penggemar K-Pop, ia pun merasa tak masalah jika tidak ada teman karena M menganggap bahwa ia masih memiliki BTS yang dapat menemaninya, terutama Kim Namjoon.

Berdasarkan respon dari ketiga subjek tersebut, mereka memiliki pengalaman yang berbeda-beda dalam menggemari K-Pop. Ada yang mengenal K-Pop melalui adiknya, temannya, bahkan melalui novel. Makna terhadap idolanya pun berbeda-beda, ada

subjek yang menganggap idolanya itu sebagai teman, kakak-adik, hingga dalam hubungan romantis sekalipun. Namun, di sisi lain, ada hal serupa yang dialami oleh ketiga subjek tersebut, mereka memiliki keengganan untuk bersosialisasi dengan orang lain, lebih mengandalkan dirinya sendiri bahkan menunda untuk berinteraksi dengan lawan jenis karena masih memikirkan idolanya tersebut. Maka, hal ini menunjukkan bahwa interaksi parasosial dapat memengaruhi kehidupan sosial individu. Individu yang kurang nyaman berinteraksi dalam kehidupan nyata beralih ke media sosial untuk memenuhi kebutuhan hubungan emosional, seperti keintiman dan persahabatan (Mustafa dkk., 2018).

Dalam konteks penggemar K-Pop yang berusia dewasa awal, aktivitas pengidolaan dapat menjadi salah satu cara dalam mengembangkan social skill untuk menunjang perkembangan sosial mereka. Hal ini dapat ditempuh melalui berbagai aktivitas yang melibatkan interaksi antar penggemar. Namun di sisi lain, aktivitas pengidolaan ini juga dapat membuat penggemar menjadi terlena dengan idolanya dan mengabaikan lingkungan sekitarnya.

Maka dari itu, muncullah pertanyaan mengenai bagaimana social skill pada wanita dewasa awal penggemar K-Pop yang terlibat dalam interaksi parasosial. Penelitian ini berfokus untuk memberikan gambaran social skill yang dimiliki oleh wanita dewasa awal penggemar K-Pop yang terlibat interaksi parasosial.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif fenomenologi deskriptif. Hal tersebut ditujukan untuk mengeksplorasi pengalaman berdasarkan sudut pandang individu yang mengalami peristiwa tersebut secara langsung ataupun berkaitan dengan sifat alami dari pengalaman individu dengan maknanya (Kuswarno, 2009). Fokus penelitian pada penelitian ini ialah social skill pada wanita dewasa awal penggemar K-Pop yang terlibat interaksi parasosial. Social skill memiliki 5 aspek yaitu: (1) *interaction skills*, (2) *communication skills*, (3) *participation skills*, (4) *emotional skills*, (5) *social cognition skills* (Jurevičienė dkk., 2012).

Peneliti melakukan pertimbangan tertentu untuk menentukan subjek penelitian sehingga ada beberapa kriteria yang ditetapkan atau dikenal dengan teknik *purposive sampling* (Sugiyono, 2013). Adapun kriteria

subjek dalam penelitian ini di antaranya: (1) wanita berusia 18-25 tahun, (2) berdomisili di Bandung, (3) seorang penggemar K-Pop baik itu *boygroup* maupun *girlgroup*, (4) mengalami tingkat interaksi parasosial tinggi.

Penelitian ini menggunakan tiga teknik pengumpulan data, di antaranya kuesioner untuk menjangkau subjek penelitian yang mengalami interaksi parasosial dengan Skala Interaksi Parasosial yang dikembangkan oleh Amelia (2024) yang didasarkan pada teori interaksi parasosial milik Horton & Wohl tahun 1956, wawancara bertujuan untuk menggali *social skill* yang dimiliki oleh subjek, serta observasi ditujukan untuk mendapatkan informasi pendukung mengenai subjek.

Pada tahap pengumpulan data melalui kuesioner, peneliti menyebarkan kuesioner tersebut melalui media sosial, seperti Instagram, TikTok, dan Twitter (X) selama 14 hari. Sebanyak 29 responden telah mengisi kuesioner Interaksi Parasosial yang terdiri dari 6 responden dengan tingkat interaksi parasosial rendah, 15 responden dengan tingkat interaksi parasosial sedang, dan 8 responden dengan tingkat interaksi parasosial tinggi.

Setelah proses kategorisasi, peneliti fokus pada 8 responden yang memiliki interaksi parasosial tinggi. Peneliti menindaklanjuti dengan menghubungi 8 responden tersebut melalui e-mail. Hal ini ditujukan untuk memberikan informasi sekaligus meminta kesediaan responden untuk diwawancarai sebagai proses lanjutan. Terdapat 3 responden yang bersedia untuk lanjut ke sesi wawancara dan peneliti mulai menyesuaikan jadwal wawancara dengan ketiga subjek tersebut.

Setiap subjek melakukan 3 sesi wawancara yang terdiri dari sesi riwayat hidup, sesi *social skill (interaction skills-participation skills)*, dan sesi *social skill (emotional skills & social cognition skills)*. Setiap sesi wawancara berlangsung sekitar 45-60 menit. Subjek memiliki kebebasan untuk memilih pelaksanaan wawancara pada rentang waktu yang telah diberikan oleh peneliti. Pelaksanaan wawancara pun dapat dilakukan secara *offline* maupun *online*. Kondisi ini dilakukan untuk memudahkan pelaksanaan proses wawancara. Selain wawancara, peneliti pun melakukan observasi terhadap subjek yang ditujukan untuk mengamati perilaku yang muncul dari subjek selama proses wawancara berlangsung. Setiap subjek yang telah menyelesaikan seluruh sesi wawancara

diharuskan untuk mengajukan individu terdekatnya sebagai *significant others* untuk memperoleh informasi lebih dalam terkait subjek. Proses pengumpulan data ini memerlukan waktu kurang lebih sekitar 4 bulan terhitung dari bulan Februari – Mei 2025.

Analisis data yang digunakan pada penelitian ini ialah teknik model Miles dan Huberman (dalam Sugiyono, 2013) yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan & verifikasi.

Hasil

Berdasarkan hasil *screening* awal melalui kuesioner, terpilih tiga subjek yang memenuhi kriteria penelitian, yaitu DF (20 tahun), HK (21 tahun), dan RAR (22 tahun). Pembahasan penelitian ditulis secara lebih terstruktur dan holistik yang didasarkan pada dimensi-dimensi *social skill* dengan mengacu pada data hasil wawancara dan observasi terhadap masing-masing subjek.

Ketiga subjek memiliki *social skill* yang tergambarkan dengan berbagai macam respons pada tiap aspeknya. Pada aspek *interaction skill*, DF dan RAR cenderung memilih berinteraksi dengan individu yang telah dikenalnya dan tidak bisa memulai interaksi dengan individu yang baru mereka temui. Hal ini sesuai dengan pernyataan kedua subjek bahwa DF mengaku dirinya lebih nyaman berinteraksi dengan individu yang memiliki kesamaan dengan dirinya, yaitu penggemar K-Pop.

“sebenarnya kalau lagi interaksi itu aku gak terlalu... orangnya bukan yang terlalu percaya diri. Soalnya, menurut aku kayak aku buat interaksi sama orang aja sebenarnya susah gitu, kayak buat obrolan aja sebenarnya susah gitu, kalau misalnya ngerasa udah percaya diri kalau misalnya udah ngerasa...oh aku sama dia ini udah mulai dekat gitu... obrolannya udah mulai nyambung” (S1.A.5.58)

“...kalau misalnya orang yang gak kenal sama sekali, mungkin kayak mau diobrolinnya pun ya mau ngomong apa ya, mau nanya apa ya, aku gak bisa gitu loh gak bisa spontan gitu” (S1.A.5.59)

Pernyataan DF divalidasi oleh SN sebagai *significant others*-nya bahwa interaksi SN dan DF menjadi lebih dekat karena SN pun seorang penggemar K-Pop.

Sedangkan RAR menyatakan bahwa dirinya lebih berani untuk berinteraksi di lingkungan yang dikenalnya. *Significant others* dari RAR, yaitu RA,

juga memvalidasi bahwa RAR menunjukkan kecenderungan untuk membangun relasi pada individu dengan kesamaan identitas sosial.

“...kalau misalnya situasi sosialnya itu seperti kampus, sekolahan, kalau lagi berkumpul atau nggak...lagi ada forum, misal dari suatu kegiatan organisasi mungkin di situ saya lebih menyesuaikan dengan keadaannya, kalau saya gitu sih...” (S3.A.1.43)

“Mungkin akan lebih bisa terbuka kalau di keadaannya seperti itu” (S3.A.1.44)

Di sisi lain, *interaction skills* pada subjek HK ditunjukkan melalui kepercayaan diri dalam berinteraksi dengan individu yang lebih berpengalaman dan dapat memvalidasi dirinya, tetapi ia memilih untuk tidak berinteraksi dengan individu yang tak dikenal dan mengandalkan temannya saat dalam lingkup organisasi.

“...ada beberapa konteks kalau misalnya aku bakal lebih pede kalau aku ngobrol sama teman aku yang mungkin bisa kasih validasi atas apa yang aku obrolin gitu...itu meningkatkan rasa percaya diri aku ketika aku dikenal sama orang yang menurut aku punya jabatan atau jauh di atas aku yang aku kenal, aku segani” (S2.A.5.57)

Pada aspek *communication skills*, Jurevičienė dkk. (2012) menyatakan bahwa komunikasi memegang peranan yang sangat penting dalam membentuk *social skill* individu karena keterampilan ini menjadi faktor utama dalam peningkatan kemampuan lainnya sehingga individu diharapkan untuk memulai dan mempertahankan kontak verbal dan nonverbal, menjaga hubungan interpersonal, ekspresi sosial, fleksibilitas dan adaptasi, serta kemampuan resolusi konflik. Pada aspek ini, DF lebih tertutup dan selektif dalam memulai percakapan. Hal ini dinyatakan oleh DF bahwa ia tidak berani untuk memulai percakapan dengan individu baru, merasa canggung saat berkomunikasi dengan individu yang lebih tua, dan tidak dapat mengakhiri komunikasi meskipun mendesak. SN sebagai *significant others*-nya pun memvalidasi bahwa saat mereka pertama kali bertemu di asrama, SN lah yang pertama kali memulai komunikasi dengan DF

“Ada ngerasa kayak canggung, segan gitu ya. Nah, lagi-lagi kayak aku gak bisa yang...yang mulai obrolan” (S1.B1.2.61)

“...kalau misalnya ada kondisi yang mendesak, ya sebisa mungkin aku kayak minta maaf eh...maaf

mau nanya, paling aku kayak gitu...” (S1.B1.2.62)

Sama halnya dengan RAR, ia lebih berani memulai percakapan dengan individu yang dikenalnya. Hal ini dinyatakan oleh RAR bahwa ia dapat bertegur sapa dengan individu yang dikenalnya, sedangkan ia lebih memilih untuk diam dan menunggu untuk ditegur apabila bertemu dengan orang baru. RA sebagai *significant others* dari RAR pun memvalidasi bahwa RAR lebih ekspresif dan terbuka dengan orang-orang terdekatnya, terutama yang memiliki kesamaan dengannya.

“...kalau misal yang dikenal mungkin langsung bertegur sapa aja, kayak tanya dulu kabar ataupun kayak langsung biasalah gitu ya, tapi kalau misalnya sama orang yang belum kenal, biasanya saya diam dan menunggu untuk ditegur...” (S3.B1.1.52)

Sedangkan HK memiliki sikap adaptif dan komunikatif secara sosial dalam aspek ini. Hal ini dinyatakan oleh HK bahwa dirinya dapat menyesuaikan diri dengan berbagai usia dari lawan bicaranya serta memerhatikan etika dalam komunikasi yang terjalin.

“...aku cenderung SKSD kalau mau mulai percakapan gitu...” (S2.B1.1.58)

“Oke, yang pertama sama siapa aku memulai percakapan itu. Yang kedua, moodnya yang aku ajak ngobrol itu lagi seperti apa dan apa topiknya” (S2.B1.1.59)

Pada aspek *participation skills*, ketiga subjek memiliki keterlibatan dalam lingkup organisasi bersama anggotanya melalui caranya masing-masing, mulai dari membangun hubungan, partisipasi, hingga cara menghadapi sebuah tantangan. Keterlibatan mereka dalam kelompok, khususnya organisasi yang mereka ikuti di kampus, berfokus pada partisipasi aktif melalui program kerja dan kegiatan organisasi lainnya. Tak hanya itu, ketiga subjek pun memegang peran dalam kelompoknya, baik itu koordinator, ketua divisi, maupun staf ahli. Dalam menghadapi sebuah tantangan, mereka senantiasa meminta bantuan kepada individu lain yang lebih berpengalaman, sementara sebagian lainnya memilih untuk menghadapinya sendiri.

“Biasanya aku coba dulu berinteraksi sama satu orang, aku coba ajak ngobrol dulu, terus baru aku ngobrol ke orang selanjutnya. Jadi gak bisa langsung semuanya gitu loh, aku coba satu-

persatu...aku deketin ini...tipenya kayak gimana...” (S1.C.1.90)

“...kalau misalnya membangun hubungan yang baik ya pasti aku akan cenderung mendekati diri kepada teman-teman aku yang lain terutama ke anggota aku yang mungkin di bawah aku gitu...” (S2.C.1.89)

“...sebenarnya kalo di organisasi saya itu proker-prokernya itu harus diikutin ya, apalagi proker di departemen saya sendiri gitu...terus juga saya senantiasa mengikuti apapun yang ketua departemen saya perintah gitu ya...” (S3.C.2.88)

Pada aspek *emotional skills*, Jurevičienė dkk. (2012) menyatakan bahwa individu memerlukan kesadaran dalam memahami diri sendiri dan mengatasi emosi, mengungkapkan diri secara positif kepada individu lain, dan membantu berperilaku yang sesuai dengan lingkungan sekitar. Pada aspek ini, DF cenderung tertutup dan jarang mengekspresikan emosi. Hal ini dinyatakan oleh DF bahwa saat merasa marah, kesal, maupun sedih, ia memilih untuk diam atau menarik diri daripada meluapkan perasaannya.

“... tapi omongan orang kalau misalnya keluarga terdekat mungkin ya...keluarga, kalau ada yang ngomong nyeletuk bikin kayak sakit hati biasanya langsung nangis, tapi kalo misalnya kayak temen yang gitu gak begitu gimana-gimana, gak langsung nangis. Cuma kayak overthinking gitu loh kalo udah sampe rumah...” (S1.D1.2.99)

Pernyataan tersebut berkaitan dengan komunikasi yang terjalin antara DF dan kedua orang tuanya. Adanya perbedaan pendapat yang pernah terjadi beberapa kali di antara mereka membuatnya memilih untuk menarik diri tanpa memberikan penjelasan sedikit pun. RS sebagai *significant others* 2 dari DF memvalidasi pula bahwasanya jika DF sedang capek, sedih, ataupun memiliki masalah, ia mengalihkannya dengan menonton konten K-Pop.

Sama halnya dengan RAR, ia menunjukkan kecenderungan respons emosional yang fluktuatif dan cenderung tidak meluapkan emosi negatifnya. Hal ini dinyatakan oleh RAR bahwa dirinya belum bisa menyadari emosi yang sedang ia rasakan karena ia pernah merasakan perubahan emosi pada saat yang bersamaan, seperti perpindahan dari suasana hati yang sedih menjadi senang. Pernyataan tersebut berkaitan dengan hubungan RAR dan ayahnya. Dirinya tidak diberikan kebebasan dan kepercayaan oleh ayahnya saat ia memiliki suatu keinginan, sehingga ia merasa

kurangnya ruang aman secara emosional dan beralih untuk mencari figur lain yang dapat menerima dan memberikan afirmasi positif maupun dukungan pada RAR, yaitu idolanya.

"Mengenal emosi...malah kayaknya enggak sadar deh, kalau...enggak sadar sih, tapi ngerasain gitu, kerasa banget gitu ya kalau misalnya emosinya lagi...apa namanya kayak tadi gak mood gitu secara tiba-tiba, senang gitu mau bantuin ibu, tapi tiba-tiba dalam sekejap karena ada salah bikin, langsung kayak pengen nangis rasanya karena kesal gitu..." (S3.D1.2.93)

Sedangkan HK, meskipun ia belum sepenuhnya dapat meluapkan emosi negatifnya, tetapi ia mampu mengalihkan emosi yang sedang dirasakannya tersebut menjadi sebuah kegiatan positif. HK menyatakan bahwa dirinya lebih memilih untuk diam dan mengalihkan masalah yang sedang dihadapi dengan kegiatan bersih-bersih.

"...cuman kadang aku pun kurang bisa paham soal itu sebenarnya. Kadang masih kayak, oh yaudah semua menurut aku sama gitu. Cuman ketika aku ngerasa suasana hati aku lagi... nggak bagus. Aku biasanya tahu nih kalau misalnya aku lagi haid atau aku lagi ketemu sama pembicaraan yang menurut aku kurang mengenakan di akunya dan bikin mood akunya jelek, aku pasti bakal menghindari situasi tertentu gitu." (S2.D1.2.97)

Pada aspek *social cognition skills*, Jurevičienė dkk. (2012) menyatakan bahwa aspek ini membantu individu dalam mengondisikan kualitas fungsi sosial seseorang dengan basis norma sosial sehingga individu diharapkan dapat memiliki kepekaan sosial, menilai situasi, memecahkan suatu masalah, dan mengambil keputusan. Berdasarkan hal tersebut, *social cognition skills* ketiga subjek menunjukkan ketergantungan dalam pengambilan keputusan dengan masih melibatkan individu lain serta melakukan penghindaran saat mengalami ketidaknyamanan dalam situasi sosial. Ketiga subjek menyatakan hal yang sama, bahwa mereka memerlukan validasi dari anggota lain serta pandangan dari individu yang lebih berpengalaman dalam pengambilan keputusan tersebut. Ketiga subjek pun memiliki kecenderungan untuk diam, menunduk, dan membiarkan dirinya berada dalam situasi yang tidak nyaman.

"Nah disini kelemahan aku juga gitu, aku gak bisa ngasih keputusan yang cepat juga strategis. Jadi kayak...lagi-lagi aku biasanya ngasih keputusan

yang seadanya yang sebisanya aku..." (S1.E2.1.131)

"Nah biasanya...aku nanya sih seringnya, kalau aku ragu, aku nanya karena aku tuh typically yang gak pikir panjang dan suka impulsif, jadi kadang aku butuh kayak...woi, janganlah...pendapat dari orang lain ini harus gimana. Cuman kadang, biasanya aku nanyanya belakangan gitu" (S2.E2.2.129)

"...terus harus bikin LPJ kan, salah satu proker, terus waktu itu tuh contoh dari laporannya itu dari kakak tingkat, nah tapi karena format itu ada yang harus diubah...jadi kan saya butuh memvalidasi kayak ke temen-temen yang lain..." (S3.E2.1.121)

Diskusi

Dalam aspek *interaction skill*, ketiga subjek senantiasa membangun interaksi dengan individu yang memiliki latar belakang yang mirip atau berada dalam lingkup yang sama. Hal ini dapat dikaitkan dengan konsep *similarity*, yaitu kesamaan pada minat ataupun sikap satu sama lain (Liddiniyah & Maryam, 2023). Hal ini diperkuat oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Hardianti (2016) terhadap 5 pasien nomofobia dan pendamping pasien bahwa mereka mulai membangun hubungan karena dilandasi oleh adanya kesamaan sifat yang dimiliki.

Dalam aspek *participation skill*, ketiga subjek memiliki keterlibatan aktif dalam kelompok dengan memegang berbagai peran serta melibatkan orang lain yang lebih berpengalaman dalam menghadapi sebuah tantangan. Data tersebut berkaitan dengan *self-efficacy*, yaitu keyakinan individu terhadap kemampuannya yang akan memengaruhi interaksinya dalam berbagai situasi sehingga ketiga subjek dapat memandang masalah menantang sebagai tugas yang harus mereka kuasai, terlibat aktif dalam tugas dan tanggung jawab, berkomitmen kuat dalam pekerjaan, serta tidak larut dalam keterpurukan (Lianto, 2019). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Yorensa & Idulfilastri (2023) terhadap 109 mahasiswa dari Universitas X yang aktif terlibat dalam berbagai organisasi kampus memperlihatkan bahwa 72% mahasiswa memiliki tingkat *self-efficacy* yang tinggi karena mereka memiliki kesempatan untuk mengembangkan keterampilan, mengatasi tantangan,

dan merasakan hal positif dari kontribusi yang mereka berikan selama mengikuti organisasi.

Dalam aspek *emotional skill*, ketiga subjek memiliki kesadaran dalam memahami diri sendiri dan mengatasi emosi serta merasa lebih termotivasi melalui konten K-Pop. Hal ini berkaitan dengan konsep *coping strategy* atau respon perilaku dan pikiran terhadap stres. Ada dua bentuk *coping strategy*, yaitu berpusat pada masalah dan berpusat pada emosi. Dalam hal ini, bentuk *coping strategy* dari salah satu subjek, DF, ialah berpusat pada masalah dengan mekanisme yang digunakan, yaitu isolasi atau usaha menarik diri dari lingkungan (Maryam, 2017). Adapun konsep psikologi lainnya yang berkaitan dengan *social support* yaitu timbal balik yang terwujud dalam bentuk dukungan dari individu lain yang dianggap penting bagi individu tersebut. Bentuk *social support* dalam hal ini ialah informasional berupa sugesti, saran, dan informasi (Pradata, 2019).

Dalam aspek *social cognition skills*, ketiga subjek senantiasa masih melibatkan individu lain dalam pengambilan keputusan serta melakukan penghindaran saat mengalami ketidaknyamanan dalam situasi sosial. Ini berkaitan dengan *self-confidence*, yaitu aspek kepribadian yang berguna untuk mengaktualisasikan potensi atau kemampuan yang dimiliki. Individu yang percaya terhadap kemampuan yang dimilikinya akan lebih mudah dalam mengambil suatu keputusan, tetapi ketiga subjek belum menggambarkan hal demikian.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, diperoleh hasil bahwa ketiga subjek memiliki tingkat interaksi parasosial yang tinggi berdasarkan hasil *screening* melalui kuesioner. Ketiga subjek tersebut memiliki intensitas dan pandangan yang berbeda terhadap idolanya. Disimpulkan bahwa ketiga subjek memaknai idolanya sebagai bagian dari hiburan, *social support* secara informasional, figur yang memberikan kasih sayang, serta ada pula yang menjadikannya sebagai *coping strategy* selama melakukan interaksi parasosial dengan idolanya. Di sisi lain, ketiga subjek memiliki respons yang beragam dalam berbagai situasi yang tergambar pada *social skill* di setiap aspeknya. Pada aspek *participation skills*, ketiga subjek memiliki keterlibatan aktif dalam berbagai kegiatan organisasi, magang, hingga *volunteer* dan mampu bertanggung jawab dalam tugasnya. Namun, ketiga subjek tersebut menunjukkan ketergantungan dalam pengambilan

keputusan dengan masih melibatkan individu lain serta melakukan penghindaran saat mengalami ketidaknyamanan dalam situasi sosial pada aspek *social cognition skill*.

Sedangkan pada aspek lainnya, seperti *interaction skills*, *communication skills*, serta *emotional skills*, HK memiliki kepercayaan diri untuk berinteraksi secara adaptif dan komunikatif secara sosial serta dapat mengelola emosinya. Di sisi lain, DF kurang percaya diri dan selektif dalam berinteraksi serta berkomunikasi. Ia pun cenderung tertutup dan memilih untuk menarik diri dalam mengelola emosinya. Sama halnya dengan RAR, ia kurang percaya diri dan lebih nyaman berinteraksi serta berkomunikasi di lingkungan yang dikenalnya. Ia pun cenderung tertutup dan memilih untuk menikmati konten K-Pop sebagai salah satu bentuk dalam mengelola emosinya. Maka, temuan ini menunjukkan bahwa subjek dengan tingkat interaksi parasosial yang tinggi tetap memiliki variasi dalam kemampuan *social skill* yang dimiliki. Setiap subjek menunjukkan dinamika *social skill* yang beragam pada setiap aspeknya.

Bagi wanita dewasa awal penggemar K-Pop yang terlibat dalam interaksi parasosial, diharapkan untuk lebih meningkatkan kesadaran terhadap lingkungan sekitarnya, baik dari hal yang berkaitan dengan interaksi, komunikasi, partisipasi, emosi, maupun patuh terhadap norma dalam berbagai kegiatan ataupun lingkup sosialnya. Kondisi ini dikarenakan adanya tugas perkembangan yang harus terpenuhi pada setiap fase usia dengan keterampilan sosial sebagai dasar utamanya. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat menambahkan subjek agar mendapatkan informasi yang lebih banyak dan juga beragam.

Referensi

- Amelia, A. D. (2024). Hubungan antara Loneliness dengan Parasocial Interaction pada Remaja Akhir Penggemar Kpop Pengguna Aplikasi X. UIN Sunan Gunung Djati.
- Aprianti, Q. L. (2022). Fans BTS kumpulkan donasi Rp447 juta untuk korban tragedi kanjuruhan, warganet: Terima kasih ARMY Indonesia. Liputan6.
<https://www.liputan6.com/health/read/5089935/fans-bts-kumpulkan-donasi-rp447-juta-untuk-korban-tragedi-kanjuruhan-warganet-terima-kasih-army-indonesia>

- Dasom, L. (2023, October 26). No. of K-Pop on-demand streams grows 42% led by Japan [Official web portal of South Korean government]. Korea.Net. <https://www.korea.net/NewsFocus/Culture/view?articleId=240892>
- Erikson, E. (1963). Intimacy vs isolation. in childhood and society. W. W. Norton & Company.
- Global “Hallyu” fans exceed 178 Million. (2023, April). Korea Foundation, 232. <https://www.kf.or.kr/kfNewsletter/mgzinSubViewPage.do?mgzinSn=14061&mgzinSubSn=26490&langTy=ENG>
- Hardianti, F. (2016). Komunikasi interpersonal penderita nomophobia dalam menjalin hubungan persahabatan (studi pada mahasiswa ilmu komunikasi di Universitas Riau). *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau*, 3(2), 1-14. <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/download/11558/11206>
- Hartmann, T., & Goldhoorn, C. (2011). Horton and Wohl revisited: Exploring viewers’ experience of parasocial interaction. *Journal of Communication*, 61(6), 1104–1121. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2011.01595.x>
- Horton, D., & Richard Wohl, R. (1956). Mass communication and para-social interaction: Observations on intimacy at a distance. *Psychiatry*, 19(3), 215–229. <https://doi.org/10.1080/00332747.1956.11023049>
- Hurlock, E. (1996). *Psikologi Perkembangan*. Erlangga.
- Jurevičienė, M., Kaffemanienė, I., & Ruškus, J. (2012). Concept and structural components of social skills. *Baltic Journal of Sport and Health Sciences*, 3(86). <https://doi.org/10.33607/bjshs.v3i86.266>
- Kuswarno, E. (2009). Metode penelitian komunikasi: Fenomenologi (konsepsi, pedoman, dan contoh penelitiannya). Widya Padjajaran.
- Lianto, L. (2019). Self-Efficacy: A brief literature review. *Jurnal Manajemen Motivasi*, 15(2), 55. <https://doi.org/10.29406/jmm.v15i2.1409>
- Liddiniyah, A., & Maryam, E. W. (2023). Kesamaan dan kualitas persahabatan pada mahasiswa. *Personifikasi: Jurnal Ilmu Psikologi*, 14(2), 102–114. <https://doi.org/10.21107/personifikasi.v14i2.19276>
- Maltby, J., Houran, J., Lange, R., Ashe, D., & McCutcheon, L. E. (2002). Thou shalt worship no other gods — unless they are celebrities: The relationship between celebrity worship and religious orientation. *Personality and Individual Differences*, 32(7), 1157–1172. [https://doi.org/10.1016/S0191-8869\(01\)00059-9](https://doi.org/10.1016/S0191-8869(01)00059-9)
- Maryam, S. (2017). Strategi coping: Teori dan sumberdayanya. *JURKAM: Jurnal Konseling Andi Matappa*, 1(2), 101. <https://doi.org/10.31100/jurkam.v1i2.12>
- Maudiana, N. S., Santi, D. E., & Ananta, A. (2023). Adiksi media sosial pada NCTzen: Apakah peranan interaksi parasosial dan fear of missing out?. *Jiwa: Jurnal Psikologi Indonesia*, 1(2), 266–276 <https://doi.org/10.30996/jiwa.v1i2.9911>
- Monks, F. J., Knoers, A. M. P., & Haditono, S. R. (2001). *Psikologi perkembangan: Pengantar dalam berbagai bagiannya*. Gajah Mada University Press.
- Mustafa, F. L., & Halimah, L. (2018). Hubungan antara Social Skill dengan Parasocial Relationship (PSR) pada Wanita Dewasa Awal di Komunitas EXO-L Bandung. *Prosiding Psikologi*, 4(1), 224–232.
- Nurdin. (2020). Kajian hadits tematik tentang tokoh idola dalam perspektif Islam. UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten. <https://doi.org/10.31219/osf.io/m83x2>
- Pradata, H. A. (2019). Sebuah studi psikologis terhadap proses Idolisasi remaja terhadap idola K-Pop (Korean Pop). *Insight: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Psikologi*, 15(2), 341. <https://doi.org/10.32528/ins.v15i2.2995>
- Rafdinal, W., Juniarti, C., & Ardianti, I. (2023). Perkembangan Hallyu di Indonesia: Pemasaran budaya Korea Selatan melalui K-Drama dan K-Pop. Dewa Publishing.
- Rokhmawati, S. N. (2024). Antusiasme fans K-Pop: Mengapa ulang tahun idol menjadi momen spesial?. *Kumparan.Com*. <https://kumparan.com/viraa-1731654249030066287/antusiasme-fans-k-pop-mengapa-ulang-tahun-idol-menjadi-momen-spesial-241LRFCaUHQ/full>

- Rubin, A. M., Perse, E. M., & Powell, R. A. (1985). Loneliness, parasocial interaction, and local television news viewing. *Human Communication Research*, 12(2), 155–180. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.1985.tb00071.x>
- Sari, M. P., Purwanti, S., & Nurliah, N. (2022). Efek hubungan parasosial penggemar korean pop di media sosial twitter (studi deskriptif pada fandom EXO-L Samarinda). *MEDIAKOM*, 5(2), 145–164. <https://doi.org/10.32528/mdk.v5i2.7876>
- Siahaan, C., Iswari, L. N., & Marpaung, C. D. (2023). Edukasi interaksi parasosial terhadap budaya K-Pop di kalangan anak muda. *Multidisciplinary National Proceeding*, 1, 77–89. <https://publishing.impola.co.id/index.php/Prosiding/article/view/11>
- Siswoyo, A. O., Daranindra, K. C., & Abidin, Z. (2024). Relasi parasosial pada perempuan dewasa awal penggemar idola K-Pop. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 24(1), 198. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v24i1.4966>
- Steve, G. S. (2011). Fan behavior and lifespan development theory: Explaining para-social and social attachment to celebrities. *Journal of Adult Development*, 18(1), 1–7. <https://doi.org/10.1007/s10804-010-9100-0>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.
- 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. <https://doi.org/10.30813/bricolage.v7i2.2755>
- Wiwoho, H. N. P., Mari'a, D. H., & Hanifah, N. (2024). Fenomena K-Pop di Indonesia serta implikasinya terhadap penguatan rasa cinta tanah air Gen-Z. *Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(5), 212–220.
- Yorensa, E., & Idulfilastri, R. M. (2023). Keterlibatan Mahasiswa dalam Organisasi: Hubungan Efikasi Diri dan Self-Leadership di Universitas X. 7. <https://doi.org/10.31004/jptam.v7i3.12219>