

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Menurut Santrock (2019) dewasa awal merupakan transisi diri remaja menuju usia yang lebih matang dengan rentang 20 hingga 30 tahun. Tahap ini ditandai dengan berbagai tantangan yang kompleks, seperti penentuan karir dan pendidikan, pengelolaan keuangan, serta pengambilan peran dan tanggung jawab dalam masyarakat. Untuk dapat menghadapi tuntutan tersebut secara optimal, individu dewasa awal sangat membutuhkan dukungan dari lingkungan sosial di sekitarnya.

Pernyataan tersebut sejalan dengan teori psikososial Erikson (dalam Santrock, 2019) yang menyatakan bahwa dewasa awal berada pada tahap *intimacy vs isolation*. Pada fase ini, individu memiliki kebutuhan yang kuat untuk membangun hubungan intim dan bermakna dengan orang lain. Hubungan yang sehat ditandai dengan adanya kepercayaan, keterbukaan, kepedulian, serta komitmen yang bersifat timbal balik. Keberhasilan dalam membangun hubungan tersebut akan memberikan dukungan emosional yang penting bagi perkembangan psikologis individu. Sebaliknya, kegagalan dalam membentuk hubungan yang intim dapat menyebabkan individu menarik diri dari lingkungan sosial dan mengalami isolasi, yang berpotensi menghambat perkembangan dirinya.

Penelitian oleh Azisshah & Widyastuti (2024) menyebutkan bahwa dewasa awal yang mengalami *loneliness* cenderung menghabiskan lebih banyak waktu untuk berinteraksi melalui media sosial. Media sosial kemudian berperan sebagai sarana alternatif bagi individu untuk memenuhi kebutuhan akan kedekatan dan keterhubungan sosial yang tidak terpenuhi dalam kehidupan nyata. Melalui penggunaan media sosial ini, individu menjadi lebih sering terpapar berbagai konten hiburan, termasuk informasi dan aktivitas figur publik atau idola yang mereka gemari.

Salah satu fenomena budaya populer yang berkembang pesat di Indonesia melalui penggunaan media sosial adalah budaya *K-POP*. Penyebaran budaya *K-POP* tidak terlepas dari peran media sosial yang dimanfaatkan secara aktif oleh para penggemarnya. CNN Indonesia (2022) melaporkan bahwa Indonesia menempati peringkat pertama sebagai negara dengan penggemar *K-POP* paling aktif di *platform X* dalam mencari informasi idola mereka. Selain *X*, *platform* lain seperti *Instagram*, *TikTok*, *Youtube*, dan *Weverse* juga banyak digunakan oleh para penggemar untuk mendapatkan informasi idola.

Data dari Survei *IDN Times* (Triadanti, 2019) terhadap 580 penggemar *K-POP* di Indonesia, menunjukkan bahwa penggemar *K-POP* telah tersebar di berbagai wilayah, dengan persentase sebesar 76,7% berada di Pulau Jawa dan 23,3% di luar Pulau Jawa. Persebaran ini mencakup berbagai kalangan usia, yaitu sebesar 40,7% penggemar berusia 20-25 tahun, 38,1% berusia 15-20 tahun, 11,9% berusia lebih dari 25 tahun, dan hanya 9,3% yang berusia 10-15 tahun.

Penggunaan media sosial ini tidak hanya memudahkan penggemar dalam mengakses informasi, tetapi juga memfasilitasi terjadinya interaksi antara penggemar dan idola. Penggemar dapat memperoleh informasi melalui fitur *trending topic* maupun akun resmi idola (Tumiwa et al., 2024). Mereka bahkan bisa merespon melalui penggunaan tombol suka dan kolom untuk berkomentar (Wardani & Kusuma, 2021). Interaksi yang lebih intens terjadi ketika idola melakukan siaran langsung, karena penggemar dan idola dapat saling berbalas secara langsung dalam waktu yang bersamaan. Momen tersebut menciptakan kesan kedekatan yang terasa nyata, meskipun interaksi hanya terjadi dalam ruang media. Penggemar yang merasa mendapatkan perhatian atau di *notice* oleh sang idola akan merasakan kepuasan emosional yang mendorong mereka untuk terus terlibat dengan sang idola (Putri, 2024).

Para penggemar akan terlibat dalam kegiatan seperti *voting*, *streaming* video musik, dan menyiapkan proyek khusus bagi idola mereka, karena keinginan untuk terus terlibat dengan sang idola (Noviyanti dkk., 2022). Intensnya aktivitas ini membuat penggemar memahami pola keseharian idola, mulai dari hal umum hingga yang bersifat pribadi (Lestari & Pohan, 2023). Seiring waktu, penggemar

dapat mengembangkan perasaan akrab dan kedekatan emosional, seolah-olah idola merupakan orang terdekat dalam kehidupannya.

Fenomena kedekatan emosional oleh penggemar terhadap idola ini dikenal dengan istilah *parasocial relationship*, yaitu hubungan antara penggemar dengan idola yang dimediasi (Hartmann, 2016). Hubungan ini membuat individu merasakan kedekatan emosional meskipun tidak pernah bertemu atau berinteraksi secara langsung dengan figur tersebut. Hubungan ini sering kali menyerupai hubungan sosial nyata karena menunjukkan pola keterikatan yang serupa, seperti adanya ketertarikan personal dan perhatian yang konsisten terhadap figur yang dikagumi.

Mándli et al., (2022) juga mendefinisikan *parasocial relationship* sebagai hubungan yang terbentuk melalui penggunaan media secara intens, dimana individu tidak hanya mengamati, tetapi juga dapat berinteraksi dengan figur media sehingga mengenali pola perilaku atau karakteristik idola tersebut. Meskipun *parasocial relationship* dapat memberikan hiburan dan kepuasan emosional, hubungan ini pada dasarnya bersifat sementara, karena hubungan ini pada dasarnya tidak melibatkan timbal balik. Oleh karena itu, *parasocial relationship* tidak dapat menggantikan fungsi dari hubungan sosial yang nyata.

Pernyataan tersebut diperkuat oleh penelitian Siswoyo et al., (2024) yang menunjukkan bahwa banyak dewasa awal membentuk hubungan dengan figur media sebagai akibat dari kegagalan mereka dalam membangun hubungan sosial di kehidupan nyata. Sati & Fikry (2025) dalam penelitiannya menyatakan bahwa *parasocial relationship* tidak hanya terbentuk karena ketertarikan terhadap idola, tetapi juga berkaitan dengan adanya kebutuhan psikologis, seperti kebutuhan akan rasa terhubung, penerimaan, dan dukungan sosial yang tidak terpenuhi dalam hubungan sosial nyata.

Meskipun *parasocial relationship* dapat memberikan kepuasan emosional, keterlibatan yang berlebihan berpotensi menimbulkan dampak negatif. Mándli et al., (2022) menyebutkan bahwa *parasocial relationship* yang tidak terkontrol dapat menyebabkan menurunnya kemampuan komunikasi dan empati, munculnya standar hubungan yang tidak realistis, serta kecenderungan menarik diri dari

interaksi sosial yang nyata. Individu yang terikat secara emosional juga berisiko mengalami perilaku obsesif, kehilangan kontrol diri, dan menuntut adanya timbal balik dari idola, yang dalam jangka panjang dapat mengarah pada isolasi sosial dan gangguan psikologis.

Mandli et al., (2022) menyebutkan bahwa terdapat tiga aspek dari *parasocial relationship*, yaitu *entertainment social*, *intense personal*, dan *borderline pathological*. *Entertainment social* aspek ini berkaitan dengan perilaku penggemar yang umum dan tergolong normal, penggemar memiliki batasan yang jelas terhadap idola, dimana konten idola hanya untuk kebutuhan hiburan semata dan penggemar tetap melakukan interaksi di kehidupan sosialnya. *Intense personal*, aspek yang berkaitan dengan aktivitas pengidolaan yang telah melibatkan perasaan, penggemar mulai secara aktif mencari informasi seputar idolanya dan informasi terkait idola berpengaruh terhadap diri mereka, seolah mereka juga merasakan apa yang dialami oleh idola. *Borderline pathological*, aspek ini berkaitan dengan perilaku ekstrem penggemar terhadap idola, yang ditandai dengan munculnya perilaku obsesif dan kompulsif penggemar terhadap sang idola.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh McCutcheon et al., (2002), menyebutkan bahwa ketertarikan terhadap idola umumnya mulai berkembang pada masa remaja, namun kecenderungan ini akan berangsur menurun seiring bertambahnya usia individu. Pada fase remaja, perilaku pengidolaan biasanya belum memiliki batasan yang jelas sehingga kerap ditunjukkan melalui reaksi berlebihan. Misalnya, merasa kecewa atau marah saat mengetahui idola memiliki pasangan, meniru setiap gaya dan penampilan idola, membeli *merchandise KPOP* tanpa pertimbangan, mencari informasi pribadi secara detail, hingga membela idola meskipun terbukti bersalah (Darmawan & Noorizki, 2024).

Pernyataan tersebut sejalan dengan hasil survei yang dilakukan oleh Nurani dkk., (2017 dalam Nabila Fauziah & Chusairi, 2022) terhadap 100 responden penggemar *K-POP* di Indonesia, memperoleh hasil bahwa sebanyak 52% responden adalah remaja, sedangkan 43% merupakan orang dewasa.

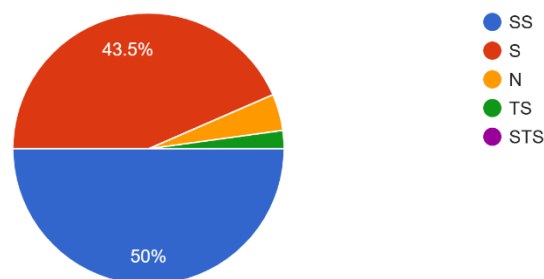
Hal ini terjadi karena individu pada masa dewasa awal telah mencapai kematangan secara logika dan emosional. Mereka lebih berfokus pada pengembangan diri, sehingga ketertarikan terhadap idola dipandang sekadar sebagai hiburan, bukan sesuatu yang sepenuhnya diandalkan. Selain itu, pada tahap ini kontrol orang tua sudah berkurang, sehingga individu dituntut untuk mandiri dalam mengendalikan diri serta mampu membuat keputusan yang bijak (Cahyani, 2019). Dalam konteks perilaku pengidolaan, dewasa awal digambarkan memiliki batasan yang lebih jelas. Mereka tidak lagi mempermasalahkan hubungan maupun kehidupan pribadi idola, serta mampu memilah dengan kritis antara perilaku baik dan buruk yang ditampilkan idola (Siswoyo et al., 2024).

Penelitian terbaru Putri Harbowo (2024) terhadap 437 responden penggemar *K-POP* di Jabodetabek menunjukkan hasil sebaliknya, bahwa *parasocial relationship* ini masih banyak terjadi pada kelompok usia dewasa awal. Temuan ini sejalan dengan hasil *preliminary* terhadap 46 responden berusia 20 hingga 30 tahun, yang juga menunjukkan adanya kecenderungan signifikan dalam pembentukan *parasocial relationship* pada kelompok usia tersebut.

Kecenderungan pembentukan *parasocial relationship* muncul dalam tiga aspek *parasocial relationship* yang diujikan. Aspek pertama yang diuji adalah *entertainment social*, yaitu aspek yang paling umum dan tergolong normal pada penggemar *K-POP*.

1. Saya menikmati konten idola saya dan sering membicarakannya dengan orang lain."

46 responses



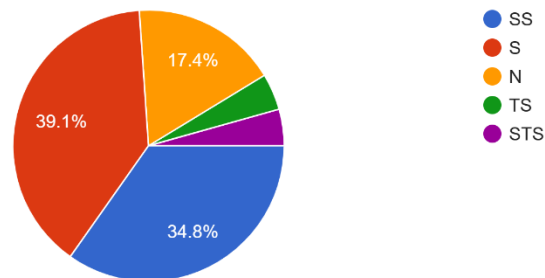
Gambar 1.1 Ketertarikan Terhadap Idola Sebagai Hiburan dan Kebutuhan Bersosialisasi

Hasil yang diperoleh dari 46 responden memperlihatkan bahwa sebanyak 3 responden menunjukkan reaksi penolakan terhadap pernyataan, yaitu 1 responden memilih *tidak setuju* dengan alasan bahwa dirinya mengikuti konten idola semata-mata agar dapat ikut dalam pembicaraan kelompok, bukan karena ia benar-benar menikmatinya. Sementara itu, 2 responden memilih *netral* karena niat awalnya mengikuti konten idola untuk tujuan sosial, namun ternyata konten tersebut memberikan hiburan bagi diri mereka. Sebaliknya, terdapat 43 responden menunjukkan persetujuan terhadap pernyataan, yaitu sebanyak 20 responden memilih *setuju*, dengan alasan bahwa meskipun mereka memiliki lingkungan untuk berinteraksi, konten idola dirasa jauh lebih efektif dalam membantu menghibur mereka di saat sulit, seperti saat lelah bekerja, belajar, atau menghadapi masalah. Mereka akan menikmati *variety show* yang lucu atau lagu dengan lirik yang memberikan semangat. Sementara itu, sebanyak 23 responden lainnya, memilih *sangat setuju*, karena merasa konten idola sangat menghibur mereka, baik di kondisi terpuruk maupun pada kondisi baik, mereka bahkan tidak ingin melewatkan kesempatan untuk menyaksikan konten idola.

Menurut Mandli et al., (2022) apabila aspek ini terpenuhi, maka ada indikasi pembentukan *parasocial relationship*, meskipun begitu *parasocial relationship* yang terbentuk ini masih dalam batas yang normal. Hal ini karena individu hanya akan memandang idola sebagai sumber hiburan atau bahan percakapan sosial, tanpa ada keterlibatan emosional yang mendalam. Untuk memperkuat adanya dugaan *parasocial relationship*, maka peneliti kembali melakukan pengujian yang kedua.

2. Kabar dari idola saya dapat mempengaruhi mood saya

46 responses



Gambar 1.2 Keterikatan Emosional Yang Dirasakan Terhadap Idol

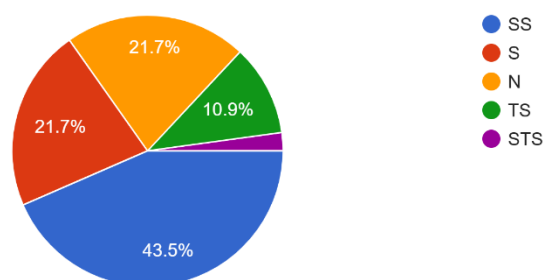
Hasil yang diperoleh terhadap 46 responden dari pernyataan kedua ini memperlihatkan bahwa 4 responden menunjukkan penolakan terhadap pernyataan, yaitu 2 responden memilih *sangat tidak setuju* dengan alasan bahwa bagaimanapun idola bukanlah orang terdekat yang mereka temui atau tahu kepribadiannya di dunia nyata, sehingga tidak relevan untuk terlibat secara emosional. Begitupula dengan 2 responden lainnya yang memilih *tidak setuju* karena mereka sadar bahwa sosok idola di layar tidak selalu mencerminkan kepribadian aslinya di kehidupan nyata, sehingga mereka hanya akan bersimpati sewajarnya. Kemudian, terdapat 8 responden yang memilih *netral* dengan alasan bahwa perasaan mereka akan terpengaruh pada kabar tertentu, seperti kabar kematian idolanya. Selanjutnya, sebanyak 34 responden menunjukkan persetujuan terhadap pernyataan, yaitu 18 responden memilih *setuju*, dengan alasan bahwa kabar dari idola dapat mempengaruhi suasana hati mereka, terlebih jika itu adalah idola yang mereka sukai. Misalnya. Saat idola hiatus karena sakit atau kabar keduakaan, mereka akan merasa sedih sehari lebih. Sebaliknya, kabar baik seperti keberhasilan idolanya mendapatkan penghargaan akan membuat mereka sangat senang, mereka akan membagikannya di media sosial, mereka juga akan termotivasi untuk berjuang dalam pekerjaan dan pendidikannya. Begitupula dengan 16 responden lainnya yang memilih *sangat setuju*. Mereka mengaku merasa sedih ketika idola menerima ujaran kebencian atau saat harus menjalani wajib militer, karena informasi tentang idola menjadi terbatas. Meski demikian, mereka tetap mendukung sang idola, misalnya dengan melakukan *voting* agar

idolanya tetap mendapatkan penghargaan meskipun sedang tidak aktif. Beberapa responden mengaku bahwa mudah terbawa perasaan saat idola mengucapkan kata-kata manis, bahkan menganggap idola sebagai pasangan, sehingga enggan menjalin hubungan romantis dengan orang disekitar mereka dan menjadikan idola sebagai kriteria pasangannya.

Menurut Mándli et al., (2022) pemenuhan pada aspek *intense personal* ini semakin memperkuat adanya indikasi pembentukan *parasocial relationship*. Hal ini karena pada tahap ini, individu telah melibatkan ikatan emosional yang mendalam terhadap idola, bahkan berpotensi ke arah negatif. Untuk memperkuat pernyataan tersebut, dilakukanlah pengujian terakhir terkait aspek *parasocial relationship*.

4. Saya biasanya menghabiskan waktu berjam-jam untuk menonton konten atau mencari informasi tentang idola saya (3 jam lebih)

46 responses



Gambar 1.3 Kesiediaan Memberikan Waktu, Uang, dan Jasa Untuk Idola

Hasil yang diperoleh terhadap 46 responden dari pernyataan ketiga ini memperlihatkan bahwa terdapat 6 responden yang menunjukkan penolakan terhadap pernyataan ini, yaitu 1 responden memilih *sangat tidak setuju*, dengan alasan bahwa dirinya jarang mengikuti kabar idola, tidak tertarik membeli *merchandise*, tidak melakukan *war* tiket, dan lebih memilih untuk menabung. Begitupula dengan 5 responden lainnya yang memilih *tidak setuju*, karena menganggap idola hanya sebagai hiburan dan bahan obrolan bersama teman, sehingga mereka tidak menghabiskan waktu, uang, ataupun tenaga berlebihan untuk idola. Kemudian, sebanyak 10 responden memilih *netral*, dengan alasan bahwa mereka hanya menghabiskan waktu, uang, dan tenaga saat situasi

memungkinkan, seperti saat ada berita viral, memiliki dana, atau jika idola yang mengadakan konser adalah idola yang jarang datang ke Indonesia. Sebaliknya, sebanyak 30 responden menunjukkan persetujuan terhadap pernyataan, yaitu 10 responden memilih *setuju*, karena mereka rutin mencari kabar idola setiap hari, menyisihkan uang jajan atau gaji untuk membeli *merchandise*, dan tetap menghadiri *fan project* meski lelah bekerja dan kuliah. Begitupula dengan 20 responden yang memilih *sangat setuju*, dengan alasan bahwa mereka rela menghabiskan waktu berjam-jam untuk mengikuti konten idola, mengecek unggahan terbaru idola, membeli *merchandise*, berlangganan aplikasi berbayar, hingga mengurangi pengeluaran lain demi membeli tiket konser. Hal ini membuat mereka sering menunda tugas mereka karena mencari kabar idola, melakukan peminjaman uang atau bahkan mengurangi pengeluaran untuk makan agar bisa membeli tiket konser, dan mengeluarkan bolos kantor untuk bisa menghadiri *fameeting* idola.

Menurut Mándli et al., 2022) pemenuhan pada aspek *borderline pathological* ini berkaitan dengan perilaku ekstrem yang bersifat negatif, dimana efeknya akan sangat buruk bagi diri individu.

Hasil *preliminary* ini menunjukkan bahwa ada kecenderungan pembentukan *parasocial relationship* pada penggemar *K-POP* yang berada pada tahap perkembangan dewasa awal, di mana banyak di antara mereka yang memenuhi aspek ekstrem dari hubungan tersebut. Temuan ini berbeda dengan penelitian Noffiyanti dkk., (2023) yang menunjukkan bahwa *parasocial relationship* pada dewasa awal cenderung bersifat hiburan semata atau *entertainment parasocial*.

Hwang & Zhang (2018) menjelaskan bahwa ada beberapa faktor yang berkaitan dengan pembentukan *parasocial relationship* ini, yaitu *empathy*, *self-esteem*, serta *loneliness* yang di alami individu.

Pernyataan tersebut telah mendorong dilakukannya penelitian mengenai faktor-faktor yang berkontribusi terhadap pembentukan *parasocial relationship*, dan memperoleh hasil yang beragam. Penelitian pertama oleh Praswati & Suryandi (2021) menemukan bahwa *empathy* memiliki hubungan erat dengan

parasocial relationship, dan temuan ini di dukung oleh sejumlah studi lain yang menunjukkan hasil serupa.

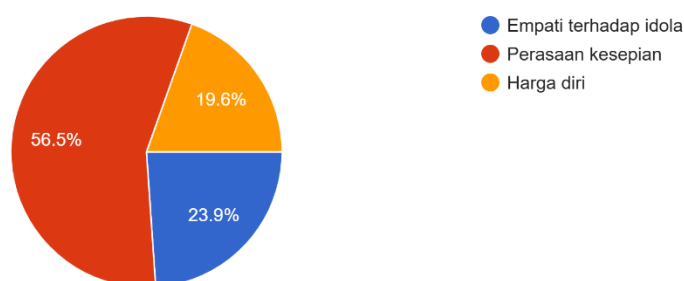
Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Putri & Hatta (2024) yang bertujuan untuk menguji hubungan antara *self esteem* dengan *parasocial relationship*. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara kedua variabel. Sementara itu, menurut Ashe & Mccutcheon (2001) *loneliness* adalah salah satu faktor yang berhubungan dengan pembentukan *parasocial relationship*. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menelaah keterkaitan antara *loneliness* dan *parasocial relationship* lebih jauh.

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa hubungan antara *loneliness* dengan *parasocial relationship* belum konsisten. Penelitian oleh Noffiyanti dkk., (2023) menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan antara *loneliness* dengan *parasocial relationship*. Sebaliknya, penelitian Harbowo & Roswiyani (2024) menemukan adanya hubungan antara *loneliness* dengan *parasocial relatonship*.

Untuk membuktikannya maka dilakukan pengujian terhadap 46 responden berdasarkan faktor-faktor yang berkaitan dengan pembentukan *parasocial relationship*.

5. Apa faktor utama yang membuat Anda merasa dekat atau terhubung dengan idola kesukaan Anda? (Pilih salah satu yang paling sesuai dengan perasaan atau pengalaman Anda)

46 responses



Gambar 1.4 Faktor Yang Mempengaruhi Terbentuknya *Parasocial Relationship*.

Hasil yang diperoleh mayoritas 56,5% atau 26 responden memilih *loneliness* sebagai faktor pembentuk *parasocial relationship*. Mereka mengaku bahwa saat sedih atau terpuruk, mereka lebih memilih menyaksikan konten atau berinteraksi dengan idola karena merasa tidak ada tempat aman untuk mengekspresikan emosi. Meski memiliki teman atau keluarga, mereka khawatir akan dihakimi atau tidak dipahami. Dengan idola, mereka merasa diterima tanpa perlu menjelaskan diri, bahkan jika menyaksikan konten idola, selalu ada kata-kata yang secara tidak langsung sesuai dengan kondisi mereka sehingga memberi mereka ketenangan dan motivasi. Mereka merasa kagum saat melihat persahabatan para idola yang berlangsung sejak debut, seperti grup seventeen. Bahkan, beberapa responden merasa tak membutuhkan pasangan karena melalui idola mereka sudah mendapatkan perhatian dan kebahagiaan, melalui interaksi di aplikasi seperti weverse. Hubungan romantis justru dianggap berisiko menyita waktu dan emosi, seperti perselingkuhan atau toxic.

Hasil *preliminary* tersebut memperkuat penemuan dalam penelitian Nisa & Falah (2024), terkait hubungan antara *loneliness* dan *parasocial relationship* pada 300 penggemar *KPOP Seventeen* di Semarang. Hasilnya adalah terdapat hubungan positif antara *loneliness* dengan *parasocial relationship*, dimana semakin tinggi *loneliness* maka semakin tinggi pembentukan *parasocial relationship*. Sebaliknya, semakin rendah *loneliness* maka semakin rendah pula pembentukan *parasocial relationship*. Penelitian terbaru oleh Fitri dkk., (2025) terhadap 159 mahasiswa penggemar *KPOP* di Purwokerto memperoleh hasil yang serupa bahwa *loneliness* adalah faktor yang berkaitan dengan pembentukan *parasocial relationship* pada kelompok usia dewasa awal.

Menurut Russell (1996) *loneliness* merupakan pengalaman subjektif yang menimbulkan perasaan tidak menyenangkan akibat adanya kesenjangan antara hubungan sosial yang diharapkan dengan yang dimiliki individu. Russell & Pang (2016) menambahkan penjelasan bahwa *loneliness* adalah hal terkait kondisi emosional yang dapat muncul meskipun individu berada di lingkungan sosial, karena perasaan tersebut tidak ditentukan oleh jumlah relasi yang dimiliki, melainkan oleh kurangnya makna dan kualitas dalam hubungan tersebut.

Meskipun pada awalnya *loneliness* dipandang sebagai konstruk yang bersifat *unidimensional*, pada tahun 1880 Russell mulai mengakui kemungkinan bahwa *loneliness* memiliki struktur yang lebih kompleks sehingga dia melakukan pengujian. Pada tahun 1996 Russell memperjelas bahwa terdapat tiga aspek *loneliness*, yaitu *trait loneliness*, *social desirability*, dan *depression* yang valid dan reliabel. *Trait loneliness*, mengacu pada bentuk *loneliness* yang bersifat stabil karena berakar pada karakteristik kepribadian individu. *Social desirability*, berkaitan dengan harapan yang dimiliki individu untuk memiliki hubungan yang sesuai dengan standar masyarakat di lingkungannya. Terakhir, *depression* aspek yang menunjukkan bahwa individu cenderung akan memusatkan perhatian pada pikiran negatif, takut gagal, tidak diterima, pada akhirnya dapat memperburuk kondisi psikologisnya bahkan sebelum individu mencoba membangun relasi sosial.

Berdasarkan penjelasan tersebut, *parasocial relationship* sampai saat ini masih menjadi pembahasan yang menarik untuk diteliti, terutama karena masih banyak dewasa awal yang membentuk *parasocial relationship* untuk mengatasi *loneliness* yang dialami. Dimana pembentukan *parasocial relationship* yang berlebihan dapat menimbulkan munculnya perilaku ekstrem yang memberikan dampak negatif bagi diri individu.

Beberapa penelitian sebelumnya memang telah membahas hubungan *loneliness* dengan *parasocial relationship* pada penggemar *K-POP*, namun penelitian tersebut membatasi populasinya pada kelompok tertentu dan wilayah geografis yang terbatas. Keterbatasan ini menyebabkan hasil penelitian tidak dapat digeneralisasikan ke seluruh populasi penggemar *K-POP*. Oleh karena itu, penelitian ini akan menggunakan sampel dengan rentang usia dan cakupan geografis yang lebih luas agar hasilnya lebih representatif dan dapat digeneralisasikan ke kelompok masyarakat yang lebih besar.

1.2 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini, peneliti menetapkan batasan masalah agar fokus penelitian dapat terarah dengan baik, antara lain

- a. Variabel penelitian yang digunakan adalah *loneliness* dan *parasocial relationship*.
- b. Partisipan dalam penelitian ini adalah individu berusia 18 hingga 40 tahun yang menggemari *K-POP*.
- c. Fokus penelitian ini adalah menguji hubungan antara *loneliness* dengan *parasocial relationship* pada dewasa awal penggemar *K-POP*.

1.3 Rumusan Masalah

Apakah ada hubungan antara *loneliness* dengan *parasocial relationship* pada dewasa awal penggemar *K-POP*?

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan antara *loneliness* dengan *parasocial relationship* pada dewasa awal penggemar *K-POP*.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis dan praktis:

1.5.1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini menyumbangkan informasi tambahan untuk dijadikan referensi dalam perkembangan ilmu psikologi terutama bidang klinis terkait hubungan *loneliness* dengan *parasocial relationship* pada dewasa awal penggemar *K-POP*.

1.5.2. Manfaat Praktis

a. Bagi Dewasa Awal

Penelitian ini memberikan pemahaman mengenai tantangan yang dihadapi pada dewasa awal, khususnya terkait *loneliness* yang muncul akibat kegagalan dalam membentuk hubungan sosial yang sehat.

b. Bagi Penggemar *K-POP*

Penelitian ini memberikan informasi mengenai terbentuknya *parasocial relationship* dengan idola sebagai bentuk kompensasi emosional akibat *loneliness*, serta dampak yang mungkin timbul dari ketertarikan yang berlebihan terhadap idola kesukaannya.