

PENDAHULUAN

Akhir-akhir ini, industri hiburan dunia tengah didominasi oleh seniman-seniman asal Korea Selatan. Menurut berita yang dilansir oleh *Kpopmap*, pada tahun 2022, ada 89 rangkaian tur dunia yang diadakan oleh 89 idola K-pop (KpopMap, 2022). Di Indonesia sendiri, ada 21 idola K-Pop yang datang untuk menyelenggarakan konser maupun *fanmeetingnya* pada tahun 2022, beberapa di antaranya yaitu NCT DREAM, TXT, IKON, KIM SEJEONG, SEVENTEEN, NCT 127, dan masih banyak lagi (Tempo, 2022). Hal ini membuktikan bahwa gelombang musik Korea Selatan telah tersebar luas ke seluruh dunia, termasuk di Indonesia. Dengan begitu, tidak dapat dipungkiri bahwa maraknya musik K-Pop di Indonesia juga turut melahirkan banyak penggemar yang mendukung idola kesayangannya. Menurut hasil survey IDN Times (2019), 40,7 % penggemar K-Pop di Indonesia berasal dari kalangan berumur 20-25 tahun, 38,1 % berusia 15-20 tahun, 11,9 % berusia lebih dari 25 tahun dan persentase paling sedikit berasal dari usia 10-15 tahun yakni sebanyak 9,3 %. Selain itu, demografi penggemar *K-Pop* di Indonesia juga didominasi oleh perempuan yakni sebanyak 92,1%. Hasil survey tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar penggemar K-Pop adalah wanita yang berada pada rentang usia dewasa muda. Hal ini berkaitan dengan hasil penelitian Boon & Lomore (2001), yang menunjukkan bahwa 74% individu pada dewasa muda cenderung memiliki ketertarikan kuat terhadap selebriti, seperti idola pop, bintang film, dan semacamnya.

Masa dewasa muda adalah masa mulainya seseorang memuja idola-idola mereka (Widjaja & Ali, 2015). Namun di sisi lain, individu yang sedang berada pada tahap perkembangan dewasa muda juga sedang gemar membangun hubungan interpersonal, yang mana menjadi salah satu hal yang biasa dialami selama tahap perkembangan dewasa muda (Erikson, 1982, & Miller, 2011). Menurut Baron & Bryne (2002), hubungan interpersonal adalah hubungan diluar diri atau disebut juga dengan penyesuaian dengan orang lain. Darmawan et al. (2019) menyampaikan bahwa, hubungan interpersonal memiliki fungsi untuk bertukar pikiran serta pengetahuan antar manusia, dan komunikasi yang membangun hubungan interpersonal ini terjadi antara dua orang atau lebih serta membutuhkan hubungan emosional di antara pelaku komunikasi.

Di era *digital* yang semakin maju ini, kerap ditemukan komunikasi sepihak di *social media* yang kemudian dianggap sebagai komunikasi atau bahkan hubungan timbal balik, sekalipun tidak ada hubungan emosional di antara keduanya. Sebagai contoh, para penggemar yang merasa dekat dengan idola mereka saat menonton konten-konten idola mereka di *social media*. Hal ini dapat disebut sebagai *parasocial relationship*. Parasocial Relationship sendiri adalah hubungan yang bersifat satu sisi dan tidak terjadi karena percakapan langsung (Horton & Wohl, 1956). Sulianti et al. (2018) mengungkapkan bahwa *Parasocial Relationship* dengan idola dianggap satu arah karena, biasanya penggemar yang berada di rentang usia remaja dan dewasa muda merasakan kedekatan dengan idola mereka sedangkan sang idola sama sekali tidak mengenal mereka.

Pada dasarnya, meskipun memiliki perbedaan pada faktor timbal balik, hubungan interpersonal sangatlah mirip dengan *parasocial relationship*, karena sama-sama melibatkan orang lain di luar diri individu (Eyal & Dailey, 2012). Oleh karena itu, hal tersebut mampu meningkatkan risiko kebingungan pada individu *young adults* yang sedang gencar membangun hubungan interpersonal, baik secara platonis maupun romantis. Seperti yang dikemukakan oleh Conger et al. (2000), bahwa dalam tahap perkembangan dewasa muda, pencapaian *intimacy* dalam hubungan romantis adalah salah satu hal yang paling penting dalam keberhasilan individu untuk memenuhi tahapan perkembangan dewasa, yang secara tidak langsung membuktikan bahwa individu-individu yang sedang berada pada tahapan *young adults* akan secara alami membangun hubungan romantis dengan orang lain. Kesulitan *young adults* dalam membedakan antara hubungan interpersonal dan *parasocial relationship* dapat mengakibatkan *young adults* memiliki perspektifnya sendiri tentang hubungan romantis. Terutama *young adults* perempuan, karena menurut penelitian, perempuan memiliki kecenderungan mengalami *parasocial relationship* yang lebih dari laki-laki (Cohen dalam Adam & Sizemore, 2013)

Dominasi industri K-Pop serta kecenderungan *young adults* untuk memiliki idola sekaligus membangun hubungan romantis juga dapat menjadi faktor utama terjadinya *parasocial relationship* antara individu *young adults* dengan idola mereka. Di era gempuran *social media* ini, dapat dengan mudah ditemukan para penggemar yang mengakui idola mereka sebagai orang terdekat

mereka, baik sebagai pasangan, keluarga, maupun sahabat. Seperti fenomena yang terjadi pada bulan Mei tahun 2022 lalu, di mana aplikasi Twitter sempat diramaikan oleh perseteruan antar penggemar grup K-Pop NCT DREAM, yang salah satu pihaknya mengaku sebagai Ibu dari kedua member NCT DREAM yaitu Huang Renjun dan Na Jaemin. Perseteruan yang terjadi *via Twitter Space* tersebut juga sempat menarik perhatian masyarakat Indonesia, bukan hanya di kalangan penggemar K-Pop, tetapi juga warganet awam yang turut mengikuti kejadian tersebut hingga nama salah satu pihaknya menjadi *trending topic* nomor 4 di Twitter Indonesia (Popbela, 2022).

Selain itu ada pula penggemar K-Pop yang menganggap bahwa idolanya adalah kekasihnya. Contohnya salah satu narasumber yang diwawancarai oleh peneliti, beliau adalah seorang mahasiswi yang mengidolakan salah satu anggota *boyband TREASURE*, Hyunsuk. Saat peneliti menanyakan apa arti Hyunsuk bagi beliau, beliau menjawab “Buat aku Hyunsuk lebih dari idola. Dia teman, sahabat, dan aku suka bercanda bilang kalau dia pacar aku. Tapi jujur, aku memang suka Hyunsuk selayaknya perempuan suka laki-laki, bukan ngeliat dia sebagai idola.”

Selain mengubah persepsi seseorang terhadap hubungan interpersonal, *parasocial relationship* juga memiliki risiko yang besar jika dibiarkan semakin dalam. Salah satunya yaitu membuat orang yang terjebak di dalamnya jadi mengabaikan dunia luar dan menggantikan hubungan interpersonal yang seharusnya terjadi dengan *parasocial relationship* (Medical News Today, 2022). Namun, sekalipun *parasocial relationship* memiliki risiko dan sisi negatif, tetapi

parasocial relationship juga memiliki sisi positif, yaitu menjadi salah satu cara seseorang untuk mampu keluar dari kesepian (Sadida & Suryanto, 2022). Sosok idola yang dirasa hangat dan dekat, mampu membuat para penggemarnya merasa bahwa mereka merasa diterima dan merasa bahwa ada seseorang ideal yang akan selalu ada, oleh karena itu *parasocial relationship* dengan seorang idola ini mampu mengisi kesepian di dalam diri seseorang.

Pada dasarnya, selebritas adalah komoditas yang diperdagangkan oleh promosi, publisitas, industri media, dan formasi kultural yang dapat dipahami dengan mudah (Turner, dalam Sadasri, 2010). Oleh karena itu, selebritas membutuhkan persona saat berada di depan audiens dengan konsep yang ideal, sehingga audiens mampu merasa lebih dekat dan menjadikan idola tersebut sebagai figur ideal yang mampu mereka jadikan panutan (Sadasri, 2021). Persona seorang idola dapat diperkuat dengan membuat para idola menjadi lebih manusiawi, yaitu dengan pemberian informasi sehari-hari kepada audiens, dengan begitu, para penggemar pun menjadi yakin bahwa mereka mengenal dengan baik idola mereka dibandingkan orang lain, juga merasa bahwa mereka sudah memahami karakter sang idola yang sebetulnya adalah bagian dari persona yang dibentuk untuk sebuah teknik pemasaran.

Akumulasi pengetahuan semacam itu diketahui mampu memunculkan interaksi parasosial yang diasosiasikan dengan koneksi imajinatif pada selebritas, sehingga seorang individu sudah merasa bahwa fungsi pertemanan atau pelayanan antar manusianya sudah terpenuhi, sekalipun faktanya hubungan yang terjadi

diantara mereka dengan idolanya adalah semu. Bukan hanya itu, persona sang idola yang biasa mereka saksikan juga berkemungkinan untuk menciptakan *romantic beliefs* tersendiri. Vannier & Osullivan (2016) menjelaskan bahwa, *Romantic beliefs* merupakan sebuah gagasan tentang cinta dan hubungan romantis yang berkaitan dengan bagaimana mencapai hubungan yang positif guna mendapatkan kepuasan dan kualitas hubungan romantis yang baik. Serangkaian asumsi, harapan, dan ekspektasi individu tentang hubungan romantis mereka kemudian membentuk *romantic beliefs* atau keyakinan romantis di dalam diri individu (Knee & Bush dalam Angela & Hadiwirawan, 2022). Contohnya seperti yang dikemukakan oleh Angela dan Hadiwirawan (2022), bahwa seseorang yang percaya akan cinta pandangan pertama, mungkin menganggap bahwa kesan pertama seseorang adalah hal yang penting dalam menentukan kelanjutan suatu hubungan. Jika adanya perasaan yang kurang cocok, maka individu cenderung tidak melanjutkan hubungannya ke tahap yang lebih serius. *Romantic beliefs* sendiri memiliki empat dimensi, yaitu cinta pada pandangan pertama (*love at first sight*) yang adalah sebuah keyakinan saat seorang individu dapat jatuh cinta dengan orang yang baru pertama kali ditemuinya, ideal (*idealization*) yang merupakan sebuah keyakinan bahwa baik pasangan dan hubungan romantis akan sempurna, cinta akan mengatasi rintangan (*love finds a way*) yang meyakini bahwa sebuah cinta sejati akan mampu menghadapi segala rintangan di dalam hubungan, dan satu-satunya (*the one and only*) yang meyakini bahwa setiap individu memiliki satu cinta sejati (Sprecher & Metts, 1989).

Berdasarkan yang dikemukakan oleh Jin & Kim (2015), terdapat keterkaitan yang signifikan antara *parasocial relationship* dan *romantic beliefs*, di mana individu yang membentuk *parasocial relationship* dengan selebriti atau tokoh publik tertentu cenderung memiliki *romantic beliefs* yang lebih kuat dibandingkan individu yang lain, dalam artian individu diketahui dapat memiliki ekspektasi serta pengetahuan baru mengenai hubungan romantis yang pada akhirnya mampu memengaruhi *romantic beliefs* yang ia miliki. Hal ini sejalan dengan pernyataan yang dikemukakan oleh Bachen & Illouz dalam Jin & Kim (2015) bahwa sejak kecil, bayangan manusia terhadap kisah cinta yang ideal sudah berasal dari hal-hal yang terpampang di dalam media massa, baik layar kaca maupun konten pemasaran.

Berdasarkan penelitian yang sebelumnya telah dilakukan oleh Syafrina et al. (2016) yang mengkaji tentang *parasocial relationship* dan *romantic beliefs* pada penonton serial drama Korea, memang ada hubungan yang positif antara *parasocial relationship* dan *romantic beliefs* pada penonton serial drama Korea, terutama bagi individu yang gemar menonton serial bergenre romantis, karena para individu tersebut dapat merasakan perasaan emosional dan terlibat *parasocial relationship* dengan karakter favoritnya dalam drama karena merasa memiliki kesamaan dengan lingkungan sosialnya dalam kehidupan nyata, sehingga ketika karakter favoritnya menunjukkan perilaku-perilaku romantis, idealisme orang tersebut terhadap hubungan romantis atau *romantic beliefs*-nya dapat meningkat. Namun, hasil tersebut hanya terbatas pada penonton serial

drama Korea yang mana memiliki medium yang jauh berbeda dengan industri musik K-Pop. Terdapat perbedaan dinamika antara hubungan parasosial yang dialami oleh para penonton serial drama Korea dan para penggemar Kpop, karena pada serial drama Korea, para penonton disuguhkan hubungan romantis serta sosok yang ideal secara terang-terangan dan para penontonnya secara sadar tahu bahwa apa yang mereka saksikan tidak lebih dari karya fiksi yang ditulis oleh seseorang. Sedangkan pada penggemar K-pop, mereka sengaja dibuat percaya bahwa sifat idola mereka memang nyata dan benar adanya, sekalipun pada kenyataannya para idola memiliki persona yang telah dibentuk agar terlihat lebih menarik di mata penggemar.

Oleh karena itu, peneliti ingin memperluas penelitian terkait pengaruh *parasocial relationship* kepada *romantic beliefs* khususnya pada *young adults* perempuan *single* yang menyukai K-Pop. Penelitian ini diharapkan mampu menggambarkan fenomena hubungan parasosial dan *romantic beliefs* yang saat ini tengah melanda generasi muda, terutama pada penelitian ini *young adults* perempuan yang memiliki peran besar bagi masa depan dunia. Juga, penelitian ini diharapkan bisa menjadi salah satu *medium* untuk menambah pengetahuan masyarakat terhadap pengaruh budaya K-Pop bagi para penggemarnya. Selain itu, penelitian ini pun diharapkan mampu menjadi salah satu referensi bagi penelitian selanjutnya di bidang psikologi maupun bidang-bidang lainnya. Adapun hipotesis pada penelitian ini yaitu :

- H0 : Tidak terdapat pengaruh *parasocial relationship* pada *romantic beliefs young adults* perempuan yang menyukai K-Pop.
- H1 : Ada pengaruh *parasocial relationship* pada *romantic beliefs young adults* perempuan yang menyukai K-Pop.



METODOLOGI PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian ini akan menggunakan metode penelitian kuantitatif korelasional. Menurut Creswell (2014), penelitian kualitatif korelasional adalah penelitian yang menggunakan metode statistik yang bertujuan untuk mengukur pengaruh antara dua variabel atau lebih. Selain itu, pada penelitian ini, peneliti juga akan melakukan Uji Regresi model *cross-sectional* dan desain korelasional yaitu melakukan penelitian akan dua variabel, yang pada penelitian ini adalah variabel *Parasocial Relationship* dan variabel *Romantic Beliefs*.

Partisipan

Pada penelitian ini, teknik *sampling* yang digunakan untuk pemilihan partisipan adalah teknik *purposive sampling*. Menurut Alkassim & Tran (2016), *purposive sampling* adalah teknik *sampling* yang memilih peserta sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan. Kriteria dari partisipan penelitian ini adalah perempuan berusia 18-25 tahun (*young adults*) yang menyukai K-Pop. Partisipan diharapkan berjumlah minimal 134 partisipan, angka ini didapatkan dari hasil perhitungan aplikasi *GPower*.

Prosedur

Penelitian ini memiliki beberapa rangkaian prosedur untuk mencapai hasil akhir. Pada tahapan pertama, peneliti menentukan kedua variabel yang akan diteliti, kemudian melakukan penelitian literatur mengenai dua variabel tersebut, yang pada penelitian ini adalah *Parasocial Relationship* dan *Romantic Beliefs*. Kemudian, peneliti mulai menyusun bagian pendahuluan yang diawali dengan mencari fenomena penelitian, yaitu maraknya gelombang K-pop di kalangan perempuan *young adults*. Adapun masalah yang dapat diakibatkan oleh fenomena tersebut, ialah munculnya *parasocial relationship* yang berdasarkan hipotesis peneliti mampu memengaruhi *romantic belief* pada diri seseorang. Oleh karena itu, penelitian ini ditujukan untuk melihat pengaruh *parasocial relationship* pada *romantic beliefs young adults* perempuan yang menyukai K-Pop. Setelah menyusun rangkaian pendahuluan, peneliti kemudian menyusun bagian metode penelitian dengan menentukan kriteria serta jumlah partisipan, desain penelitian termasuk berbagai uji yang akan dilakukan, instrumen penelitian yang sesuai dengan variabel yang akan diteliti, dan teknik analisis yang akan digunakan untuk mengolah data. Lalu, disusul dengan melakukan *try out* penelitian dengan menyebarkan instrumen yang akan digunakan pada penelitian dengan menggunakan program *Google Form* yang juga berisikan *inform consent*. Saat hasil olahan data *try out* sudah memenuhi standar, maka peneliti baru melakukan pengumpulan data dengan menyebarkan formulir berisikan instrumen lewat *social*

media peneliti. Setelah jumlah partisipan sudah sesuai dengan perhitungan aplikasi *GPower*, peneliti memulai pengolahan data dengan analisis statistik JASP. Setelah semua rangkaian tersebut, peneliti pun akan membuat kesimpulan dan saran dari penelitian ini berdasarkan hasil yang ada.

Definisi Operasional

Parasocial Relationship

Parasocial Relationship adalah hubungan yang bersifat satu sisi dan tidak terjadi karena percakapan langsung (Horton & Wohl, 1956). Pada penelitian ini peneliti meneliti konsep *Parasocial Relationship* pada wanita *young adults single* yang menyukai K-Pop.

Romantic Beliefs

Vannier & Osullivan (2016) menjelaskan bahwa, *Romantic beliefs* merupakan sebuah gagasan tentang cinta dan hubungan romantis yang berkaitan dengan bagaimana mencapai hubungan yang positif guna mendapatkan kepuasan dan kualitas hubungan romantis yang baik. Serangkaian asumsi, harapan, dan ekspektasi individu tentang hubungan romantis mereka kemudian membentuk *romantic beliefs* atau keyakinan romantis di dalam diri individu (Knee & Bush dalam Angela & Hadiwirawan, 2022).

Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang akan digunakan di dalam penelitian ini adalah *Multiple Parasocial Relationship Scale (PSR)* dan *Romantic Beliefs Scale*. *Multiple Parasocial Relationship Scale (PSR)* oleh Tukachinsky (2010) adalah alat ukur yang digunakan untuk mengukur variabel *Parasocial Relationship*. Alat ukur ini terdiri dari total 24 *item* yang diambil dari beberapa alat ukur terdahulu. *Multiple Parasocial Relationship Scale* memiliki 2 subskala, yaitu *parasocial friendship* dan *parasocial love*. Karena penelitian ini ingin mengkaji terkait hubungan romantis, maka peneliti hanya menggunakan subskala *parasocial*. Subskala tersebut memiliki 10 *item* yang dikategorikan ke dalam 2 dimensi, yaitu *physical* dan *emotional*. Memiliki skala satu (sangat tidak setuju) sampai skala lima (sangat setuju). Salah satu *item Multiple PSR Scale* adalah “Saya menginginkan X secara fisik, emosi, dan mental.”. Contoh lain *item Multiple PSR Scale* adalah “Ketampanan/kecantikan X sesuai dengan standar tipe ideal saya.”. Peneliti telah melakukan *try out* terhadap alat ukur ini, dengan melibatkan 40 partisipan. Hasil *try out* menunjukkan bahwa alat ukur ini dapat dibilang valid dan reliabel dengan nilai *item-rest correlation* sebesar .332-.730 dan nilai *cronbach alpha* sebesar .793.

Untuk mengukur variabel *Romantic Beliefs*, peneliti menggunakan alat ukur *Romantic Beliefs Scale* oleh Sprecher & Metts (1989). Alat ukur ini terdiri dari 15 butir *item*, dengan 6 *item* untuk dimensi “*love finds a way*” dan masing-masing 3 *item* untuk dimensi *love at first sight*, *idealization*, dan *one and only*. *Romantic Beliefs Scale* memiliki skala satu (sangat tidak setuju) sampai lima

(sangat setuju). Alat ukur *Romantic Beliefs* memiliki reliabilitas yang baik, dengan *Alpha Cronbach* secara keseluruhan 0.81 dan validitas konvergen. Salah satu *item Romantic Beliefs Scale* adalah “*I believe that to be truly in love is to be in love forever*”. Contoh *item* lain dari *Romantic Beliefs Scale* “*I am likely to fall in love almost immediately if I meet the right person*”. Setelah melakukan *try out* yang melibatkan 40 partisipan, alat ukur ini memiliki hasil yang valid dan reliabel, dengan nilai *item-rest correlation* .248-.566 dan *cronbach alpha* 0.806.

Teknik Analisis

Pada penelitian ini, peneliti menganalisis menggunakan program analisis statistik JASP 0.17. Selama penelitian, dilakukan beberapa uji, di antaranya yaitu uji reliabilitas dan uji validitas. Uji reliabilitas dilakukan guna melihat kekonsistenan data penelitian yang didapat. Menurut Yusup (2018), sebuah instrumen dikatakan reliabel saat nilai koefisien cronbach alpha berada di antara 0.70-0.90. Kemudian, uji validitas dilakukan untuk mengetahui ketepatan alat ukur yang digunakan untuk mengukur variabel yang akan diteliti. Akan dilakukan pengolahan data dengan beberapa uji, yaitu Uji Linearitas, Uji Homoskedastisitas, Uji Validitas, Uji Reliabilitas, dan Uji Asumsi. Kelima uji tersebut akan dilakukan guna melanjutkan ke tahap selanjutnya, yaitu tahap Uji Hipotesis menggunakan analisis statistik JASP 0.17.1., yang akan menentukan hasil dari penelitian ini.

HASIL DAN ANALISIS

Analisis Data Demografis

Pada penelitian ini, peneliti menyebarkan kuesioner di dalam bentuk *google form* kepada 527 partisipan dengan kriteria perempuan single berusia 18-25 tahun yang menyukai K-Pop.

Tabel 1. Data Demografis Partisipan

Data Demografis	Jumlah Partisipan	Persentase	Rata-rata
Usia	-	-	18 tahun
18 tahun	181	33.5%	-
19 tahun	99	18.3%	-
20 tahun	88	15.9%	-
21 tahun	73	13.5%	-
22 tahun	46	8.5%	-
23 tahun	33	6.1%	-
24 tahun	13	2.4%	-
25 tahun	9	1.7%	-
Jenis Kelamin	-	-	-
Perempuan	527	100%	-
Pendidikan terakhir	-	-	-
SMP	-	-	-
SMA	371	68.7%	-
S1	125	23.1%	-

S2	-	-	-
Lain-lain	44	8,2%	-

Berdasarkan Tabel 1, rata-rata usia partisipan yaitu 18 tahun (33.5%). Seluruh partisipan berjenis kelamin perempuan dan berasal dari berbagai macam daerah di Indonesia, di antaranya Jakarta, Bandung, Surabaya, Tangerang, Bogor, Bekasi, dan lain-lain. Selain itu, peneliti juga menanyakan mengenai siapa idola K-Pop yang diidolakan oleh para partisipan, serta berapa lama partisipan telah mengidolakan idola-idola K-Pop.

Analisis Data Deskriptif Penelitian

Pada penelitian ini, dilakukan analisis deskriptif dengan program JASP untuk mengetahui nilai *min*, *max*, *mean*, dan *standard deviation* masing-masing variabel. Hasil dari pengolahan tersebut, terdapat di dalam Tabel 2 di bawah ini.

Tabel 2. Data Deskriptif

<i>Variabel</i>	<i>N</i>	<i>Minimum</i>	<i>Maximum</i>	<i>Mean</i>	<i>Std. Deviation</i>
<i>Parasocial Relationship</i>	527	20	50	41.389	5.727
<i>Romantic Beliefs</i>	527	30	75	54.448	8.067

Uji Validitas dan Reliabilitas

Di dalam penelitian ini, dilakukan juga uji validitas yang digunakan untuk melihat apakah instrumen yang digunakan peneliti sudah tepat untuk mengukur

masing-masing variabel yang hendak diukur atau tidak. Instrumen yang digunakan terdiri dari 25 *item*, yang merupakan hasil rangkaian dari dua variabel, yaitu variabel *parasocial relationship* dan *romantic beliefs*. Hasil uji validitas terhadap masing-masing alat ukur dapat dilihat dari nilai *item-rest correlation* yang berada pada Tabel 3. Nilai validitas sebuah item berada pada rentang -1.00 hingga +1.00, di mana semakin nilai *item-rest correlation* sebuah item mendekati angka +1.00, maka semakin valid juga item tersebut.

Selain melakukan uji validitas, peneliti juga melakukan uji reliabilitas yang dilakukan guna mengukur kekonsistenan instrumen yang digunakan. Hasil dari uji reliabilitas dapat dilihat dari nilai *cronbach alpha* pada Tabel 3. Di mana, sebuah alat ukur dapat dikatakan reliabel jika nilai *cronbach alpha*-nya berada pada rentang .70 hingga .90.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas dan Validitas

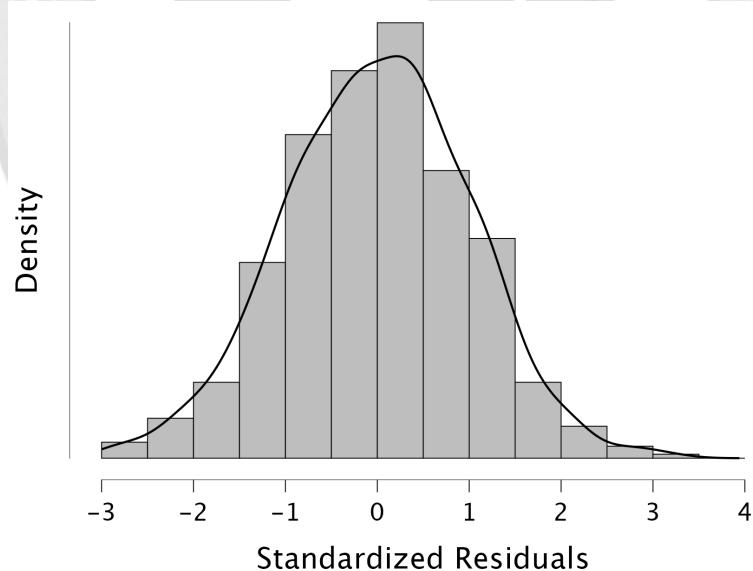
<i>Alat Ukur</i>	<i>Validitas (Item-rest Correlation)</i>	<i>Reliabilitas (Cronbach Alpha)</i>
<i>Multiple Parasocial Relationship Scale</i>	.332-.730	.793
<i>Romantic Beliefs Scale</i>	.248-.566	.806

Dari hasil yang terdapat di dalam Tabel 3, kedua alat ukur yang digunakan di dalam penelitian ini memiliki nilai *item-rest correlation* di atas .200, yang menunjukkan bahwa alat ukur *parasocial relationship* dan *romantic beliefs* memiliki validitas yang baik. Begitu juga dengan reliabilitas yang dimiliki oleh

kedua alat ukur. Jika dilihat dari nilai *cronbach alpha* keduanya yang ada pada Tabel 3, kedua alat ukur memiliki reliabilitas yang baik.

Uji Normalitas Residual

Peneliti melakukan beberapa rangkaian uji asumsi untuk penelitian ini, dan salah satu uji asumsi yang dilakukan adalah uji normalitas residual. Uji normalitas residual sendiri berguna untuk melihat apakah data yang didapat di dalam penelitian ini terdistribusi dengan normal atau tidak. Hasil uji dapat dilihat dari grafik histogram di bawah ini. Menurut Santoso (2015), grafik histogram baru dikatakan normal jika distribusi data membentuk lonceng, dalam artian tidak condong ke arah kanan maupun ke arah kiri. Maka, dapat dikatakan bahwa hasil distribusi data yang didapatkan pada penelitian ini terdistribusi dengan normal.



Gambar 1. Histogram Uji Normalitas Residual

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan guna mengetahui apakah terdapat korelasi yang tinggi atau sempurna pada variabel independen (Ghozali, 2017). Uji multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan nilai tolerance untuk melihat apakah ada keadaan multikolinearitas yang terjadi atau tidak.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

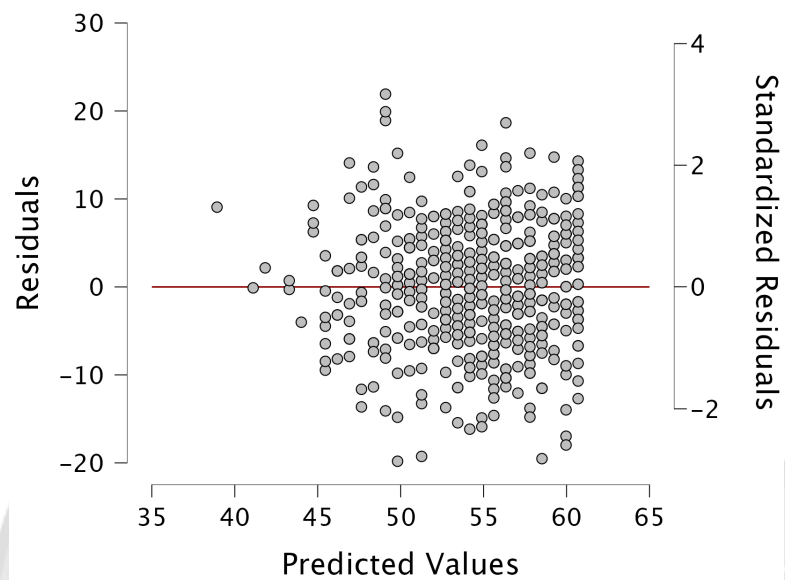
<i>Variabel Independen</i>	<i>VIF</i>	<i>Tolerance</i>
<i>Parasocial Relationshio</i>	1.00	1.00

Berdasarkan hasil di atas, nilai VIF dari penelitian ini menunjukkan angka 1.00 yang artinya nilai tersebut lebih kecil dari pada 10. Sedangkan nilai tolerance dari variabel penelitian ini menunjukkan angka yang sama, yaitu 1.00 yang lebih besar dari .10, di mana hal itu juga berarti tidak terjadi multikolinearitas di dalam penelitian ini.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk melihat apakah penyebaran data di dalam penelitian ini konsisten atau tidak. Hasil uji heteroskedastisitas pada penelitian ini dapat dilihat di dalam grafik di bawah ini. Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan scatter plot, jika titik pada *scatter plot* menyebar dan tidak

membentuk bentuk megafon, maka asumsi homoskedastisitas terpenuhi (Goss-Sampson, 2020).

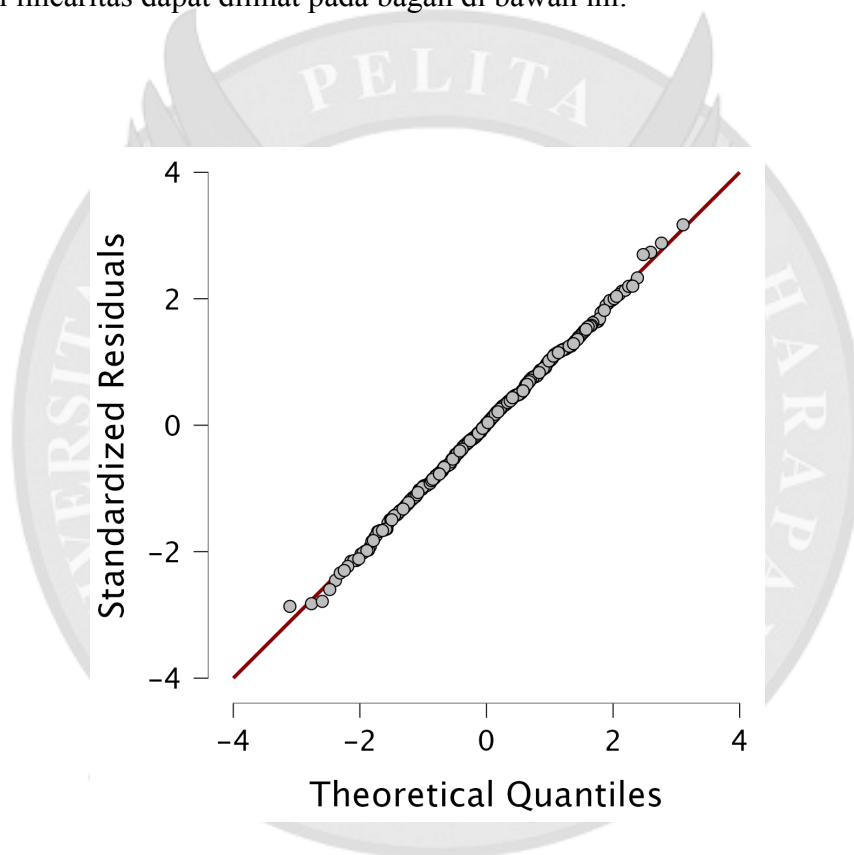


Gambar 2. *Scatter plot* Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan *scatter plot* di atas, sebaran data yang didapatkan di dalam penelitian ini tidak menunjukkan bentuk megafon. Hal tersebut membuktikan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas di dalam penelitian ini dan asumsi heteroskedastisitas terpenuhi.

Uji Linearitas

Pada bagian ini, peneliti melakukan uji linearitas yang digunakan untuk menguji apakah data yang didapatkan pada penelitian ini menunjukkan pola linear. Uji linearitas dilakukan dengan scatter plots yang jika persebaran data mengikuti garis diagonal pada scatter plots, berarti data memiliki pola yang linear. Hasil uji linearitas dapat dilihat pada bagan di bawah ini.



Gambar 3. *Scatter Plot Uji Linearitas*

Jika dilihat dari *scatter plot* di atas, pola data cenderung membentuk garis diagonal, di mana dapat disimpulkan juga bahwa asumsi linearitas terpenuhi.

Uji Korelasi Variabel

Di dalam penelitian ini, dilakukan juga uji korelasi antar variabel, yang bertujuan untuk melihat hubungan antar variabel penelitian. Dikarenakan penelitian ini hanya meneliti dua variabel dan keduanya terdistribusi dengan normal, maka yang digunakan pada penelitian ini adalah uji korelasi *pearson*. Hasil uji korelasi antar variabel penelitian ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 5. Hasil Uji Korelasi

<i>Variable</i>		<i>Parasocial Relationship</i>	<i>Romantic Beliefs</i>
<i>Parasocial Relationship</i>	<i>Pearson's r</i>	-	
	<i>p-value</i>	-	
<i>Romantic Beliefs</i>	<i>Pearson's r</i>	0.515	-
	<i>p-value</i>	<.001	-

Berdasarkan hasil uji korelasi pearson yang ada pada Tabel 5, ditemukan bahwa *parasocial relationship* memiliki korelasi positif yang signifikan dengan *romantic beliefs* ($r = .515, p < .001$). Di mana, hal tersebut dapat diartikan bahwa semakin seorang individu mengalami *parasocial* dengan idola K-Pop mereka, semakin tinggi pula kepercayaan individu tersebut terhadap hubungan romantis.

Uji Regresi Sederhana

Setelah melaksanakan uji asumsi yang terdiri dari uji normalitas residual, multikolinieritas, heteroskedastisitas, dan linearitas, peneliti juga melakukan uji regresi sederhana yang berguna untuk menguji prediksi pengaruh variabel dependen terhadap variabel dependen. Hasil uji regresi sederhana dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Sederhana

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R²</i>	<i>Adjusted R²</i>	<i>RMSE</i>
1	.515	.265	.264	4.914

<i>Model</i>		<i>Sum of Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>P</i>
1	<i>Regression</i>	4577.236	1	4577.236	189.574	< .001
	<i>Residual</i>	12676.020	525	24.145		
	<i>Total</i>	17253.256	526			

<i>Model</i>		<i>Unstandardized</i>	<i>Standard Error</i>	<i>Standardized</i>	<i>t</i>	<i>p</i>
1	<i>(Intercept)</i>	21.479	1.462		14.693	< .001
	<i>Parasocial Relationship</i>	0.366	0.27	0.515	13.769	< .011

Jika dilihat dari hasil uji yang terdapat pada tabel di atas, terdapat hubungan yang signifikan antara *parasocial relationship* sebagai variabel independen dengan *romantic beliefs* sebagai variabel dependen. Ditemukan bahwa

parasocial relationship dapat memprediksi *romantic beliefs* ($F(1,525) = 189.574$, $p = < .001$). Berikut gambaran persamaan regresinya :

$$y = c + b*x$$

Pada hal ini y adalah variabel dependen atau variabel yang dipengaruhi. Pada penelitian ini, y adalah *romantic beliefs*. Nilai c adalah *constant* atau *intercept* dari *unstandardized coefficient*. Sedangkan nilai b adalah angka koefisien dari regresi variabel independen, dan x adalah angka yang ingin diprediksi dari variabel independen yang pada penelitian ini adalah *parasocial relationship*. Berikut persamaan regresinya :

$$\text{Romantic beliefs} = 21.479 + (0.366*\text{parasocial relationship})$$

Persamaan di atas dapat digunakan untuk memprediksi pengaruh dari *parasocial relationship* terhadap *romantic beliefs* seseorang. Di mana, setiap terjadi kenaikan 1 poin pada *parasocial relationship*, akan terjadi kenaikan 0.366 poin pada *romantic beliefs*. Berdasarkan hasil uji regresi sederhana yang dilakukan oleh peneliti, diketahui juga bahwa *parasocial relationship* mampu memberikan pengaruh kepada *romantic beliefs* sebesar 26,5%. Dengan begitu, dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Berikut hasil uji hipotesis penelitian ini.

Tabel 7. Uji Hipotesis

<i>Hipotesis</i>	<i>Keterangan</i>
H0 : Tidak terdapat pengaruh <i>parasocial relationship</i> pada <i>romantic beliefs young adults</i> perempuan yang menyukai K-Pop.	Ditolak
H1 : Ada pengaruh <i>parasocial relationship</i> pada <i>romantic beliefs young adults</i> perempuan yang menyukai K-Pop.	Diterima



DISKUSI

Berdasarkan hasil olahan dan analisis data pada penelitian ini, diketahui bahwa *parasocial relationship* ternyata mampu memberikan pengaruh yang signifikan kepada *romantic beliefs* dengan kekuatan sebesar 26,5%. Walaupun persentase kekuatan pengaruh tersebut bisa dibilang signifikan, tetapi masih ada 72,5% faktor lain yang tidak menjadi bagian dari penelitian ini. Tidak hanya pengaruh, hasil olahan data pada penelitian ini juga menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara *parasocial relationship* dengan *romantic beliefs*.

Hasil tersebut diketahui sejalan dengan hasil penelitian yang sebelumnya telah dilakukan oleh Syafrina et al. (2016), bahwa terdapat hubungan yang positif antara *parasocial relationship* dan *romantic beliefs*, dalam artian, semakin tinggi *parasocial* yang dialami oleh seseorang, semakin tinggi juga kepercayaan mereka terhadap hubungan romantis. Jin & Kim (2015) mengemukakan bahwa kepercayaan seseorang terhadap hubungan romantis memang cenderung lebih kuat pada orang-orang yang terlibat di dalam hubungan parasosial. Pada konteks penelitian ini, hal tersebut dapat terjadi karena gambaran ideal yang ditunjukkan oleh para idola K-Pop, di mana mereka memiliki kesan nyaris sempurna, tetapi tetap manusiawi, seakan-akan mampu ditemui di dalam kehidupan sehari-hari. Gambaran itu lah yang pada akhirnya mampu membangun imajinasi para penggemar yang membuat mereka berpikir bahwa mereka mampu menjalin hubungan yang ideal dengan idola mereka. Syafrina et al. (2016) mengatakan

bahwa *romantic beliefs* sendiri dapat terbentuk karena pengalaman yang dialami oleh seseorang baik secara langsung maupun tidak langsung. Pengalaman tidak langsung dapat berupa novel, film, drama, atau melalui apa yang disajikan oleh media. Sehingga, seseorang yang belum pernah memiliki pengalaman akan hubungan romantis juga dapat memiliki ekspektasi atau kepercayaan mereka mengenai hubungan romantis.

Dikarenakan beberapa kriteria partisipan penelitian ini adalah *young adults* perempuan yang *single* atau sedang tidak dalam hubungan berpacaran maupun menikah, maka peneliti pun mencari tahu lebih dalam soal hal ini. Menurut Arnett (2000), terdapat beberapa isu besar pada tahap *emerging adulthood*, yang memiliki jangkauan angka yang sama dengan *young adults*. Salah satu isu yang dialami, yaitu mencari pengalaman cinta. Oleh karena itu, banyak *young adults* yang menjalin hubungan dengan orang lain, dan ada juga yang terlibat di dalam *parasocial relationship* dengan idola mereka. Sekalipun seseorang sedang melajang, tetapi mereka bisa tetap memiliki *romantic beliefs* yang tinggi. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Montgomery (2005), seseorang yang *single* dan memiliki *romantic beliefs* yang ideal, cenderung lebih membuka diri untuk hubungan romantis yang lebih intim nantinya.

Parasocial relationship dapat berpengaruh kepada *romantic beliefs* seseorang karena pada dasarnya *parasocial relationship*, yang pada penelitian ini dengan idola K-Pop, mampu memenuhi faktor-faktor atau dimensi yang membentuk *romantic beliefs* di dalam diri seseorang. Di antaranya, yaitu *one and*

only, *love finds a way*, *love at first sight*, dan *idealization*. Pada dimensi *one and only*, hal ini memiliki hubungan dengan sebutan *ultimate bias* yang biasa digunakan oleh penggemar K-Pop untuk menyebut idola kesukaan mereka di dalam sebuah grup atau di dalam industri K-Pop secara keseluruhan. *Ultimate bias* sendiri menggambarkan bagaimana seorang penggemar menganggap idola mereka sebagai satu-satunya orang yang dapat mereka cintai. Selain itu, *parasocial relationship* juga berhubungan dengan dimensi *love finds a way*, yang berarti cinta mampu menghadapi segala rintangan dan halangan (Fakhri et al., 2020). Dalam hal ini, para penggemar K-Pop mampu membela idola mereka sekalipun ada hal negatif yang mempengaruhi karir idola mereka. Tak hanya itu, *parasocial relationship* juga memiliki hubungan yang erat dengan dimensi *love at first sight*. *Love at first sight* adalah cinta pandangan pertama (Sprecher & Metts, dalam Fakhri et al., 2020). Guerra & Sousa (2021) mengatakan bahwa penampilan idola K-Pop dituntut untuk selalu terlihat baik dan setara dengan standar kecantikan tertentu, hal ini dapat menjadi salah satu faktor terbesar yang membuat para penggemar jatuh cinta dengan idola mereka pada pandangan pertama. Selain ketiga dimensi di atas, ada satu dimensi yang juga dekat dengan variabel *parasocial relationship* pada penelitian ini, yaitu dimensi *idealization*. *Idealization* pada konteks ini adalah bayangan seseorang tentang pasangan atau hubungan romantis mereka (Fakhri et al., 2020). Dalam hal ini, para penggemar yang telah membangun kedekatan batin dengan idola mereka mampu memiliki

bayangan akan pasangan atau hubungan romantis tertentu, berdasarkan apa yang mereka rasakan atau saksikan dari idola mereka.

Demikian penelitian ini melihat pengaruh dan hubungan dari variabel parasocial relationship dan romantic beliefs. Perlu diketahui bahwa masing-masing penelitian memiliki keterbatasan, termasuk penelitian ini. Beberapa keterbatasan yang ada pada penelitian ini, yaitu peneliti hanya meneliti partisipan dengan jangkauan umur young adults (18-25 tahun), sehingga hasil yang ada dapat berbeda dengan hasil penelitian dengan jangkauan umur lain. Selain itu, penelitian ini hanya terdiri dari partisipan asal Indonesia, sehingga bisa terdapat perbedaan dengan partisipan asal luar Indonesia. Adapun kelemahan lain yang dimiliki oleh penelitian ini, ialah bagaimana ada beberapa penjabaran mengenai penelitian sebelumnya yang kurang terperinci karena kurangnya sumber kredibel yang bisa dijadikan acuan.

KESIMPULAN, SARAN, DAN REFLEKSI

Kesimpulan

Menurut hasil dan diskusi yang telah dilakukan sebelumnya, peneliti dapat memberikan beberapa kesimpulan. Pertama, hasil dari penelitian menunjukkan bahwa *parasocial relationship* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *romantic beliefs* pada *young adults* perempuan *single* yang menyukai K-Pop. Diketahui, kekuatan pengaruh yang diberikan yaitu sebesar 26,5%. Lalu, yang kedua, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa *parasocial relationship* dan *romantic beliefs* memiliki korelasi yang positif. Korelasi atau hubungan positif ini berarti, semakin seseorang mengalami parasosial, semakin kepercayaan mereka terhadap hubungan romantis meningkat.

Saran

Penelitian ini masih memiliki beberapa kekurangan dan keterbatasan, sehingga pada bagian ini peneliti akan memberikan berbagai saran yang dapat digunakan untuk mengembangkan penelitian-penelitian selanjutnya agar menjadi lebih baik. Bagi peneliti selanjutnya yang juga ingin meneliti mengenai pengaruh *parasocial relationship* dan *romantic beliefs*, disarankan untuk memperlengkap bagian data demografi para partisipan agar mampu memperkaya penelitian. Tidak hanya itu, peneliti selanjutnya juga disarankan untuk mengukur data dengan kriteria partisipan yang berbeda, contohnya individu yang sedang berpacaran, agar lebih banyak penelitian mengenai pengaruh *parasocial relationship* dan *romantic*

beliefs dari berbagai sudut pandang. Adapun saran praktis yang dapat peneliti sampaikan kepada *young adults* perempuan *single* yang menyukai K-Pop, disarankan untuk memperluas hubungan interpersonal di dunia nyata, agar hubungan parasosial dengan idola masing-masing tidak mengganggu kehidupan sehari-hari.

Refleksi

Selama mengerjakan Tugas Akhir ini, ada begitu banyak hal yang peneliti rasakan dan pelajari. Saat pertama kali mengerjakan, peneliti cenderung merasa percaya diri karena topik dan judul yang peneliti ambil adalah bidang yang peneliti sukai, hingga saat mulai menyusun pendahuluan, peneliti mulai kesulitan untuk mencari sumber dari jurnal lain. Saat itu peneliti mulai merasa takut dan tidak percaya diri. Tapi, seiring berjalannya waktu, peneliti merasa lebih tenang karena semakin hari peneliti semakin mendapatkan banyak informasi terkait penelitian ini. Setelah itu, peneliti akhirnya kembali percaya akan diri sendiri dan pada penelitian ini berkat tuntunan dari dosen pembimbing. Hingga peneliti pun melaksanakan sidang proposal yang cukup menegangkan, karena peneliti merasa panik saat mempresentasikan proposal tersebut. Namun, setelah menyelesaikan sidang proposal, peneliti kembali merasa tenang dan lega karena telah melangkah ke tahap selanjutnya. Setelah melakukan beberapa revisi sesuai dengan arahan dosen pembimbing, peneliti pun mendapatkan izin untuk melaksanakan *try out* dan langsung menyebarkan kuesioner *try out* kepada beberapa partisipan.

Kemudian, peneliti cukup beruntung karena hasil *try out* yang didapatkan baik dan peneliti bisa langsung melanjutkan ke tahap pencarian data dan pengolahan data. Pada tahap tersebut, peneliti sempat menghentikan penelitian selama beberapa minggu, karena peneliti kembali merasa tidak percaya diri dan kehilangan motivasi. Peneliti sempat hampir ingin menyerah, tetapi peneliti sadar bahwa penelitian ini akan segera rampung dan membuahkan hasil. Oleh karena itu, peneliti berusaha kembali bangkit untuk melanjutkan penelitian ini dengan menuliskan hasil dari pengumpulan dan pengolahan data ke dalam bagian hasil dan analisa, diskusi, serta bagian kesimpulan, saran, dan refleksi.

Sekalipun ada banyak kesulitan dan hal-hal yang membuat peneliti merasakan perasaan negatif saat melakukan penelitian ini, namun peneliti tetap bersyukur karena peneliti masih memiliki Tuhan yang senantiasa menyertai peneliti di dalam setiap proses yang ada, sehingga peneliti tidak merasa sendirian. Tak hanya itu, peneliti juga bersyukur karena peneliti dikelilingi oleh orang-orang yang membuat peneliti merasa didukung dan disayangi, baik keluarga, teman-teman, maupun dosen pembimbing. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada setiap orang yang memberikan bantuan dan dukungan kepada peneliti hingga peneliti bisa sampai pada titik ini. Tak lupa kepada para partisipan baik pada masa *try out* maupun pada masa pengumpulan data, karena berkat mereka, peneliti mampu mewujudkan tugas akhir ini. Terlepas dari apa yang peneliti rasakan selama proses penelitian, ada banyak hal juga yang peneliti pelajari selama mengerjakan tugas akhir ini.

Salah satunya, yaitu pentingnya memilih topik penelitian yang merupakan minat peneliti. Karena, sekalipun peneliti menemukan banyak kesulitan selama melakukan penelitian, tetapi peneliti tetap menikmati setiap proses yang ada, sebab peneliti dipenuhi rasa ingin tahu yang besar mengenai hasil akhir dari penelitian ini.

