

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Deskripsi Teori

1. Interaksi Parasosial

a. Pengertian Interaksi Parasosial

Menurut hipotesis Horton dan Wohl, interaksi parasosial adalah sejenis kontak *interpersonal* yang dimediasi yang terjadi antara penggemar dan tokoh media melalui berbagai bentuk media massa. Istilah "interaksi parasosial" mengacu pada "pengalaman tidak nyata" yang dimiliki konsumen media, di mana mereka mendapat kesan bahwa mereka berpartisipasi dalam percakapan dengan kepribadian media, meskipun faktanya percakapan itu sepihak. Interaksi parasosial juga dulunya diartikan menjadi interaksi secara langsung yang dapat terjadi antara karakter dengan *audiens*.³¹

Selain itu, Cole dan Leets memberikan sebuah gambaran pada para penggemar yang cenderung berinteraksi parasosial, berusaha untuk selalu dekat dengan figur media favoritnya. Mereka cenderung ingin selalu memperhatikan secara menyeluruh tentang informasi penting mengenai figur medianya, mencari tahu jadwal ataupun *project* yang tengah dilakukan figur medianya. Sering kali mereka mencoba untuk berinteraksi dengan figur medianya melalui surat penggemar atau secara langsung. Selain itu, penggemar juga akan merasa bahagia bila melihat figur medianya muncul di berbagai media.³²

³¹ Ibid, hal.3

³² Trim Cole, Laura Leets, "Attachment Styles and Intimate Television Viewing: Insecurely Forming Relationships in a Parasocial Way", *Psychology Journal of Social and Personal Relationships*, Vol. 16 no. 4, 1999, hal 495-511.

Menurut Stever Interaksi parasosial adalah hubungan satu arah sebagai penghubung antara para figur media dengan para penggemarnya, dimana hal itu dapat menciptakan perasaan seperti mengenal figur media tersebut dengan baik, namun tidak sebaliknya. Teori interaksi parasosial dari Stever digunakan sebagai acuan karena dalam teori interaksi parasosial sesuai dengan fenomena yang terdapat dalam latar belakang masalah. Interaksi parasosial merujuk pada *respons* yang diberikan seseorang terhadap figur media di televisi seakan-akan figur media tersebut benar-benar ada dalam ruangan tempat dia berada.³³

Stever menjelaskan mengenai level dari *fans*, berdasarkan konsep yang terhubung pada Interaksi Parasosial. Didalam jurnal Stever (*Parasocial and Social Interactions with Celebrities*) dijelaskan mengenai level dari intensitas *fans*. Terdapat 5 level (4 hingga 8) yang akan digunakan sedangkan (level 1-3 tidak digunakan di dalam penelitian, karena tidak sesuai dengan kriteria penelitian). Untuk menunjukkan tinggi atau rendahnya, dikelompokkan bahwa level 4 dan 5 termasuk dalam intensitas *fans* yang rendah. kemudian level 6, 7, 8 dikelompokkan dalam intensitas *fans* yang tinggi.³⁴

Berikut penjelasan dari setiap level dalam intensitas fans sesuai dengan jurnal Stever :

Tabel 2.1 Level Intensitas Fans

| Level | Deskripsi |
|---------|---|
| Level 1 | Keterkaitan negatif pada idola (anti-fan) |
| Level 2 | Tidak tertarik pada figur media atau tidak tertarik untuk menjadi fans |
| Level 3 | Memberi perhatian pada idola namun tanpa penjelasan mengapa tertarik mengenai hal yang berkaitan dengan figur media |
| Level 4 | Tertarik kepada figur media namun masih pada umumnya, belum menaruh perhatian yang khusus atau ketertarikan yang lebih spesifik |

³³Gayle Stever. "Mediated vs. Parasocial Relationship: An Attachment Perspective", *Journal of Media Psychology*, Vol.13 no.3, 2013, hal 299–313

³⁴Gayle Stever. "Parasocial and Social Interaction with celebrities: Classification of media fans", *Journal of Media Psychology University of Arizona*, Vol. 14 no. 3, 2009, hal 1-39.

| | |
|---------|--|
| Level 5 | Tertarik dengan apa yang dilakukan figur media dalam hal yang sesuai dengan pekerjaannya bukan sebagai seseorang |
| Level 6 | Ketertarikan kepada figur media yang memerlukan pengeluaran biaya dan waktu untuk mendukung sang figur media, termasuk bentuk <i>obsesif</i> terhadap figur media namun tidak mengganggu kehidupannya. |
| Level 7 | Ketertarikan obsesif kepada figur media dimana dapat mengganggu kehidupan nyata dari fans. |
| Level 8 | Ketertarikan yang sudah patologis, dimana dapat mengganggu kesehatan dan menimbulkan hal yang negatif seperti bunuh diri atau hal yang mengganggu dalam hubungan sang fans sendiri. |

(Sumber : Stever,2013)

b. Aspek-aspek Interaksi Parasosial

Stever mengungkapkan bahwa terdapat alasan dari diri individu dalam ketertarikannya terhadap idola. Stever juga menyatakan bahwa dalam interaksi parasosial terdapat tiga aspek yaitu³⁵ :

1) *Task attraction*

Menunjukkan minat berdasarkan bakat dan keterampilan yang dimiliki oleh figur media favorit. Perasaan tertarik akan membuat audiens mengidentifikasi figur media, seperti genre, nama, tanggal lahir, dan lain sebagainya.

2) *Identification attraction*

Menunjukkan keinginan untuk menjadi seperti figur media favorit. Dapat juga berpikir bahwa sosok figur media favorit mirip dengannya. Penggemar juga akan berusaha untuk terus melakukan interaksi parasosial dengan menjaga komunikasi sehingga ia terus mengetahui kabar figur medianya.

3) *Romantic attraction*

Menunjukkan minat penggemar pada penampilan fisik atau potensi idola untuk menjadi pasangan. Mengacu pada minat membuat penggemar

³⁵Ibid, hal.19.

merasa seperti sedang menjalin hubungan dan merasa dekat dengan figur media favorit.

c. Faktor-Faktor Interaksi Parasosial

Hoffner mengemukakan beberapa faktor yang mempengaruhi interaksi parasosial pada individu³⁶, yaitu:

1) Motivasi

Orang terdorong untuk memenuhi tuntutan dan mengalami pemenuhan ikatan sosial dan emosional ketika terlibat dalam aktivitas parasosial. Untuk memenuhi tuntutan anda dan memberi anda kepuasan, motivasi dapat membangkitkan perhatian anda, yang akan berdampak positif.

2) Kesamaan dengan idola favorit (*similarity*)

Jika orang dapat mengidentifikasi dengan ikon media mereka dalam hal jenis kelamin, warna kulit, kasta, dan usia, mereka akan lebih cepat terlibat. Aspek lain yang mungkin berdampak padanya termasuk kepribadian, sentimen, keyakinan, dan pengalaman.

3) Identifikasi

Kepribadian media yang menarik secara fisik, memiliki bakat luar biasa, atau sangat sukses dan dipandang sebagai panutan akan menarik perhatian penggemar saat tampil di televisi. Ini terjadi ketika pengikut melihat kepribadian media mereka melalui media karena mereka sering belajar tentang atau memiliki pendapat yang sama dengan selebriti media tersebut.

³⁶Hoffner, C.A. "Attachment to media characters", *Encyclopedia of Communication and Information*, Vol. 1 no.1, 2002, hal 60-65.

4) Komunikasi antar penggemar

Untuk berkomunikasi dengan pengagum lain tentang kepribadian media, mereka akan membuat forum. Menurut penelitian, semakin banyak interaksi antara penggemar dan idola yang mereka kagumi, semakin banyak pula interaksi parasosial yang terjadi.

2. *Attachment* Orang Tua dan Anak

a. Pengertian *Attachment*

Bowlby mengemukakan bahwa *attachment* adalah teori mengenai kecenderungan psikologis yang dapat membentuk hubungan dekat dengan orang lain, menyebabkan seseorang merasa nyaman ketika orang tersebut ada dan juga merasa khawatir ketika orang tersebut tidak ada. Lampiran adalah teori tentang kecenderungan psikologis. Keterikatan yang sehat menimbulkan perasaan senang, cinta, dan aman, sedangkan keterikatan yang tidak sehat menimbulkan perasaan cemas, sedih, dan kehilangan.³⁷

Attachment menurut Baron, R. A & Byrne, D. adalah suatu hubungan dekat atau perilaku lekat antara individu dengan orang lain, yang dapat diasumsikan bahwa perilaku interpersonal individu akan terlihat dari evaluasi dirinya yang positif atau negatif, dan sejauh mana individu tersebut mempersepsikan orang lain sebagai seorang yang bisa diandalkan, bisa dipercaya, dan bisa diharapkan, (positif) atau lawannya yaitu, mempersepsikan bahwa orang lain tidak bisa diandalkan, tidak bisa dipercaya, dan tidak bisa diharapkan (negatif).³⁸ *Attachment* pertama kali dikemukakan oleh John Bowlby, lalu dikembangkan oleh Mary Ainsworth. *Attachment* penting untuk

³⁷Ibid, hal.6

³⁸Baron, R. A & Byrne, D. *Social psychology 10th ed.* (New York: McGraw Hill, 2005), hal. 78.

membentuk rasa aman dan meningkatkan *eksplorasi* lingkungan pada perkembangan dari anak-anak hingga dewasa di masak anak-kanak memiliki efek yang jauh jangkauan pada keterampilan hubungan dan *representasi* mental mereka dalam kehidupan dewasa. *Attachment* ini diperoleh dari lingkungan yang terdekat, dimulai dari keluarga.³⁹

Definisi *parental attachment* yang diajukan oleh Armsden & Greenberg ini adalah persepsi individu mengenai seberapa baik figur-figur orang tua ini mampu menyediakan keamanan psikologis bagi dirinya. Pengkategorian individu dalam kelompok *high security of attachment* dan *low security of attachment* adalah sebagai berikut⁴⁰ :

- 1) Individu dipilih untuk masuk kedalam kelompok *High Security* (HS) jika skor dimensi *Alienation* tidak tinggi, dan skor dimensi *Trust* dan *Communication* paling rendah berada pada tingkah medium/sedang/moderat. Oleh karena titik berat hubungan *attachment* menurut Bowlby berada pada elemen atau dimensi *Trust*, maka jika skor *Trust* berada di level medium, subjek tidak dapat digolongkan ke dalam kelompok HS.
- 2) Individu dipilih untuk masuk ke dalam kelompok *Low Security* (LS), jika skor dimensi *Trust* dan *Communication* rendah, dan jika skor dimensi *Alienation* beradapada level moderat atau tinggi. Jika skor dimensi *Trust* atau *Communication* moderat, dan salah satunya rendah, penggolongan ke dalam kelompok LS dilakukan jika skor *Alienation* tinggi. Dari hasil

³⁹ Ainsworth, M. D. S., Blehar, M. C., Waters, E., and Wall, S. *Patterns of Attachment*. (New York: Lawrance Erlbaum Associates, Hillsdale, NJ., 1978), hal. 202.

⁴⁰ Armsden, M. S. & Greenberg, M. T. "The Inventory of Parent and Peer Attachment :Individual differences and their relationship to psychosocial well-being in adolescence". *Journal of Youth and Adolescence*, Vol. 16, 1978, hal 427-454.

penelitian yang dilakukan oleh Armsden & Greenberg pada tahun, diketahui bahwa terdapat individu yang dikategorikan kedalam kelompok *low security* pada figur orang tua, namun mempunyai kelekatan yang *secure* dengan teman sebayanya. Kelompok ini jumlahnya terlalu kecil untuk menghasilkan analisis yang bermakna, namun perlu perhatian lebih lanjut di masa mendatang. Kelompok ini mungkin berisi individu yang dapat “mengkompensasi” hubungan dengan orang tua yang buruk dengan beralih ke teman-teman sebayanya.

b. Aspek-aspek *Attachment* Orang Tua dan Anak

Pengertian kelekatan dengan orang tua adalah persepsi individu tentang dimensi afektif dan kognitif dalam hubungannya dengan Orang tua. Dimensi-dimensi atau aspek-aspek menurut Greenberg & Armsden berdasarkan paradigma kelekatan yang diungkapkan oleh Bowlby adalah *Trust*, *Communication*, dan *Alienation*.⁴¹ Berikut adalah penjelasan mengenai dimensi-dimensi atau aspek-aspek dari *peer attachment*.

1) Aspek Kepercayaan (*Trust*)

Mengukur derajat pemahaman yang saling menguntungkan dan saling menghormati dalam hubungan *attachment*. Aspek ini ditunjukkan dengan adanya rasa percaya diri individu terhadap orang tuanya. Individu merasa bahwa orang tuanya mau mendengarkan pendapatnya, dan individu merasa memiliki orang tua yang baik. Aspek ini ditunjukkan dengan adanya perasaan dipahami, diterima, diperhatikan, dan dihargai oleh teman, rasa

⁴¹Armsden, G. C., and Greenberg, M. T. “The Inventory of Parent and Peer Attachment: Relationships to well-being in adolescence”, *Journal of Youth and Adolescence*, Vol. 16 no. 5, 1987, hal 427-454

percaya pada teman, merasa mempunyai teman-teman yang baik dan dapat diandalkan.

2) Aspek Komunikasi (*Communication*)

Mengukur jumlah dan kualitas komunikasi lisan. Aspek ini ditunjukkan dengan kesediaan individu untuk bercerita dan meminta pendapat pada teman sebayanya; individu merasa dipahami dan didengarkan oleh teman individu merasa bahwa temannya membantunya untuk dapat menceritakan atau mengungkapkan masalah yang dialaminya, dan membantu untuk memahami dirinya sendiri. Dengan kata lain, aspek ini ditunjukkan dengan adanya ungkapan perasaan, masalah dan kesulitan yang dialami individu pada orang tua individu meminta pendapat orang tuanya, orang tua menanyakan permasalahan yang dialami anaknya orang tua membantu anaknya yang sedang mengalami masalah dan orang tua membantu anak untuk lebih memahami dirinya sendiri.

3) Aspek Keterasingan (*Alienation*)

Mengukur perasaan marah dan keterasingan *interpersonal*. Aspek ini ditunjukkan dengan adanya ketidaknyamanan yang dirasakan individu pada orang tua, perasaan marah dan kesal pada orang tua, dan perasaan tidak dipahami dan diperhatikan. Konsep pengukuran kualitas kelekatan yang diajukan oleh Armsden & Greenberg tidak bertujuan untuk mengelompokkan individu ke dalam suatu kelompok *attachment* tertentu, melainkan hanya melihat kualitas kelekatan berdasarkan tinggi atau rendah. Kualitas *attachment* yang tinggi berhubungan dengan tingginya rasa aman yang dimiliki individu tersebut dalam suatu relasi kelekatan (*high security*

of attachment), sedangkan kualitas kelekatan yang rendah berhubungan dengan rendahnya rasa aman.

c. Faktor-Faktor yang Menyebabkan *Attachment*

Terdapat faktor-faktor yang dapat menyebabkan terjadinya *attachment* (kelekatan) antara seorang anak dan remaja dengan ibu, menurut Baradja adalah⁴²:

- 1) Adanya kepuasan anak dan remaja terhadap pemberian objek lekat, misalnya setiap kali seorang anak membutuhkan sesuatu maka objek lekat mampu dan siap untuk memenuhinya. Dan objek lekat disini adalah ibu mereka.
- 2) Terjadi reaksi atau merespon setiap tingkah laku yang menunjukkan perhatian. Misalnya, saat seorang anak dan remaja bertingkah laku dengan mencari perhatian pada ibu, maka ibu mereaksi atau meresponnya. Maka anak memberikan kelekatan.
- 3) Seringnya bertemu dengan anak, maka anak akan memberikan kelekatan. Misalnya seorang ibu yang lebih banyak menghabiskan waktu di rumah memudahkan anak untuk berkomunikasi dengan ibu.

3. Penggemar *K-pop*

Salah satu elemen yang mungkin berperan dalam pengembangan rasa identitas diri seseorang, seperti yang diidentifikasi oleh Erikson, adalah panutan atau figur media, yang didefinisikan Erikson sebagai "seseorang yang penting bagi individu dan yang hormat".⁴³ Pada umumnya orang-orang yang menjadi

⁴²Baradja, A. B. *Psikologi perkembangan tahapan-tahapan dan aspek-aspeknya*, (Jakarta: Studia Press, 2007), hal 123-145

⁴³Ibid, hal.2

pujaan atau pujaan para remaja berasal dari kalangan selebritis seperti penyanyi, bintang film, dan atlet.

Banyak orang menganggap perilaku dan hubungan penyanyi *K-Pop* lucu, yaitu selain mencintai hasil karyanya, yang menurut mereka menyenangkan. Tidak mengherankan jika selebriti ini, apakah mereka aktor, penyanyi tunggal, atau grup, memiliki banyak pengikut setia. Jenkins menggambarkan peminat sebagai orang-orang yang terlibat dalam proses pencarian makna sebuah produk budaya, dimana pemaknaan merupakan aktivitas bebas yang melibatkan baik intelek maupun emosi mereka. Antusias dengan demikian adalah orang-orang yang melakukan pencarian ini.

Ada beberapa ungkapan yang berkaitan dengan mereka yang menyukai *K-Pop*, seperti *fandom* dan nama yang diberikan kepada berbagai kelompok orang yang menyukai pengikut terkenal. Misalnya, penggemar boy band NCT memiliki *fanbase* sendiri yang disebut "NCTZen", sedangkan pengikut band SEVENTEEN memiliki *fandom* sendiri yang disebut "Carat". Beberapa nama *fandom* dikatakan memiliki makna tersembunyi yang diyakini oleh pengikutnya. Selain istilah "*fandom*", penggemar wanita lebih sering disebut sebagai "*fangirl*", sedangkan pengagum pria disebut sebagai "*fanboy*".

Menurut mereka yang memiliki minat yang kuat pada topik tertentu disebut sebagai "penggemar", dan kumpulan penggemar dapat berkumpul untuk membuat klub penggemar, yang juga dikenal sebagai "basis penggemar" atau "*fandom*".⁴⁴ Penggemar sering berkumpul dalam *fandom* untuk mempelajari lebih lanjut tentang pahlawan mereka dan untuk berinteraksi dengan komunitas lain

⁴⁴ Ibid, hal.23

yang memiliki hobi dan minat yang sama. *Fandom* juga berfungsi sebagai tempat untuk menemukan pahlawan baru.

Fanboys dan *fangirls* adalah dua sebutan yang digunakan untuk menyebut penggemar *genre* musik *K-Pop*, dan label ini tergantung pada jenis kelamin penggemarnya. *Fanboy* istilah untuk penggemar pria, *fangirl* sebutan untuk penggemar wanita. Biasanya, penggemar pria akan bereaksi lebih kuat saat melihat idola wanita, sedangkan penggemar wanita akan bereaksi lebih kuat saat melihat idola pria.

Penggemar musik pop Korea terkenal setia pada artis favorit mereka. Ungkapan kesetiaan tidak hanya dapat dilihat dari segi kontribusi uang tetapi juga dari segi waktu dan tindakan seseorang penggemar *K-Pop* siap menginvestasikan banyak waktu untuk mengikuti aktivitas idola mereka. Penggemar *K-pop* juga siap membayar sejumlah besar uang dan bahkan menunda kebutuhan mereka sendiri untuk mendapatkan barang dagangan yang terkait dengan artis favorit mereka.

Istilah "*K-Pop*", yang merupakan akronim dari "*Korean Pop*" atau "Musik Populer Korea", mengacu pada jenis musik yang berkembang di Korea Selatan. *Performer* dalam *genre K-Pop* tidak hanya menyenangkan di telinga tetapi juga di mata berkat penampilan mereka yang menarik dan penampilan panggung mereka yang terlatih dengan baik.

B. Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono variabel penelitian adalah karakteristik individu yang mungkin diamati atau dinilai yang berbeda antara subjek penelitian. Ada dua faktor dalam penyelidikan ini, variabel bebas dan variabel terikat. Dalam penelitian ini menggunakan dua variabel,⁴⁵ yaitu :

1. Variabel bebas (X) : adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat. Dalam penelitian kali ini variabel bebas adalah *Attachment*.
2. Variabel terikat (Y) : adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat adanya variabel bebas. Dalam penelitian kali ini variabel terikat adalah Interaksi parasosial.

C. Hubungan *Attachment* Orang Tua dan Anak dengan Interaksi Parasosial

Attachment merupakan hal yang sangat penting bagi perkembangan seorang anak. Menurut Bowlby *attachment* merupakan ikatan dari pengasuh atau figur terikat yang biasanya yaitu orang tua. Menurut Ainsworth *attachment* penting untuk membentuk rasa aman dan meningkatkan *ekplorasi* lingkungan pada perkembangan dari anak-anak hingga dewasa, dimasa kanak-kanak memiliki efek yang jangka panjang pada keterampilan hubungan dan *representasi* mental mereka dalam kehidupan dewasa.

Situasi yang asing bagi anak dan kurangnya *attachment* dari pengasuh yang menggambarkan pola yang *insecure* dari *secure base*. *Secure base* itu dapat memberikan keterikatan yang aman atau tidak aman tergantung pada keadaan. Sedangkan *insecure* dapat membuat seseorang menjadi menghindari dari figur

⁴⁵Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. (Bandung : Alfabeta, 2016), hal 178-312

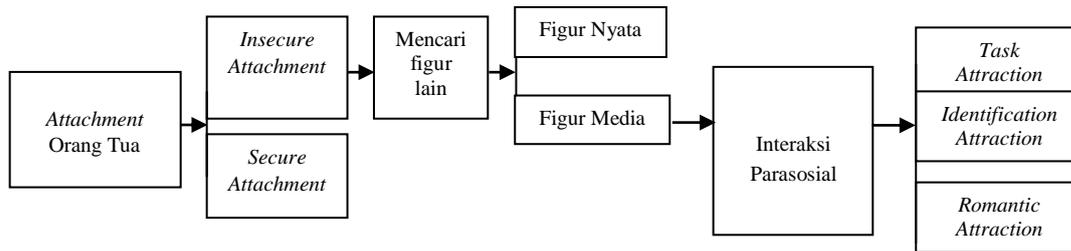
attachment dan memiliki hubungan yang *ambivalen*. Untuk mengurangi hal tersebut, maka seseorang akan membentuk kembali hubungan dengan figur yang menurutnya ideal dan bisa memberikan individual *attachment* yang selama ini dirasa kurang. Ketika individu mencari figur lain selain pengasuh yang dibutuhkannya, maka mereka akan cenderung memilih figur yang menurutnya adalah figur yang ideal atau sesuai dengan keinginannya. Pencarian figur inilah yang menjadi dasar individu dalam melakukan interaksi parasosial yang kemudian didukung oleh adanya keinginan untuk mencari figur sebagai pemenuhan *attachment*.

Menurut temuan studi Blackburn, penggemar mulai menciptakan interaksi parasosial mereka dengan selebriti melalui penggunaan media sosial, yang secara bertahap menjadi media penting dalam hal ini. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa media sosial adalah alat yang berharga bagi para selebritas untuk menciptakan dan meningkatkan hubungan mereka dengan para pengikutnya. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa media sosial adalah metode presentasi diri yang memungkinkan komunikasi terbuka dengan cara yang tidak dapat dilakukan dengan bentuk media lainnya.⁴⁶

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan diatas, maka disusun lah kerangka berpikir penelitian ini yang merupakan kombinasi dari teori dan penelitian yang berkaitan dengan *attachment* orang tua dan interaksi parasosial pada remaja penggemar *K-pop* sebagaimana disajikan dibawah ini.

⁴⁶Blackburn, Samantha, *The Influence of Facebook Use on Pro-Environmental Behavioral Intentions : The Roles of Parasocial Interactions and Identificatioon With a Celebrity (Master of Arts)*. University of Texas at San Antonio. (2011).

Gambar 2.1 Hubungan Attachment dengan Interaksi Parasosial



(Sumber :Olahan peneliti, 2023)

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan sebuah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan permasalahan dinyatakan dalam bentuk pertanyaan.⁴⁷

Dari pemaparan diatas maka ditarik jawaban sementara yang harus diuji kebenarannya sebagai berikut:

Ha : Ada hubungan negatif antara *attachment* orang tua dan anak dengan interaksi parasosial pada penggemar *K-pop* BTS Army Indonesia.

Ho : Tidak ada hubungan negatif antara *attachment* orang tua dan anak dengan interaksi parasosial pada penggemar *K-pop* BTS Army Indonesia.

⁴⁷Sugiyono, *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta 2021), hal. 99-100