

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Fenomena mengidolakan publik figur merupakan bagian dari budaya populer yang berkembang secara global. Kehadiran media massa dan media sosial memungkinkan individu di seluruh dunia untuk mengikuti kehidupan selebritas secara intens sehingga tercipta hubungan satu arah, di mana penggemar merasa memiliki kedekatan emosional dengan idolanya meskipun tanpa interaksi langsung (Horton & Wohl, 1956). Hubungan semu ini semakin diperkuat dengan perkembangan teknologi digital yang memberi ruang bagi penggemar untuk terhubung dengan idola melalui tayangan, unggahan, maupun interaksi virtual (Giles, 2002).

Hubungan satu arah di tingkat internasional tampak dari banyaknya jumlah pengikut selebritas dunia di media sosial. Cristiano Ronaldo, Lionel Messi, Selena Gomez, Kylie Jenner, dan Dwayne Johnson menjadi tokoh dengan jutaan hingga ratusan juta penggemar yang aktif mengikuti kehidupan pribadi mereka melalui *platform* Instagram (GoodStats, 2024). Fenomena ini menunjukkan bahwa ikatan emosional dan sosial terhadap idola bukan lagi fenomena lokal, melainkan tren global yang memengaruhi perilaku penggemar (Hung et al., 2011).

Tabel 1. 1 Jumlah Penggemar Selebritas di Dunia

Selebritas	Jumlah Pengikut
Cristiano Ronaldo (@cristiano)	621 juta
Lionel Messi (@leomessi)	499 juta
Selena Gomez (@selenagomez)	429 juta
Kylie Jenner (@kyliejenner)	400 juta
Dwayne “The Rock” Johnson (@therock)	397 juta

Sumber: Goodstats 2024

Fenomena serupa juga terjadi di Indonesia di mana pasangan selebritas Raffi Ahmad dan Nagita Slavina dengan akun @raffinagita1717 berhasil memperoleh lebih dari 76 juta pengikut di Instagram menjadikan mereka publik figur dengan pengaruh

besar dalam gaya hidup, bisnis, dan hiburan (Rusanti & Sofyan, 2021). Budaya fanatisme di Indonesia juga kerap menimbulkan fenomena unik, seperti persaingan antar *fandom* di media sosial, aksi penggemar yang rela menghabiskan waktu dan biaya untuk menghadiri konser, membeli *merchandise*, atau bahkan melakukan tindakan ekstrem demi mendapatkan perhatian idola (Ayu & Astiti, 2020). Fenomena ini menggambarkan betapa kuatnya keterikatan emosional penggemar terhadap idolanya.

Indonesia dengan jumlah penduduk mencapai 275 juta jiwa menjadi salah satu negara dengan basis penggemar selebritas terbesar di dunia. Budaya fanatisme di tengah masyarakat membuat fenomena mengidolakan selebritas menjadi sesuatu yang lazim bahkan seringkali memicu konflik di media sosial antar kelompok penggemar (Zafina & Sinha, 2024). Popularitas selebritas dapat diukur melalui jumlah pengikut di media sosial, khususnya Instagram yang menjadi *platform* utama interaksi dan promosi (Aryani & Murtiariyati, 2022).

Idola memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku penggemar, termasuk dalam hal konsumsi. Kredibilitas seorang idola seperti *beauty vlogger* berperan penting dalam memengaruhi keputusan pembelian produk (Garg & Bakshi, 2024). Pengaruh serupa juga ditemukan pada *food influencer* yang menampilkan pola makan tidak sehat sehingga dapat mendorong penggemar untuk meniru pola makan idolanya (Shabahang et al., 2024). Hubungan parasosial tidak hanya memengaruhi pada aspek emosional, melainkan juga perilaku sehari-hari.

Dalam konteks khusus, fenomena ini banyak dialami oleh remaja. Masa remaja merupakan fase pencarian identitas, di mana individu berusaha memahami dirinya melalui proses identifikasi dengan figur lain (Erikson, 1994). Idola sering kali dijadikan sebagai *role model* yang memberi arahan dalam membentuk nilai, perilaku, maupun gaya hidup (Bandura, 2003). Perilaku ini tampak pada remaja yang meniru gaya berpakaian, kebiasaan, bahkan pandangan hidup idolanya, serta membangun komunitas penggemar untuk memperoleh validasi sosial (Stever, 2019).

Terdapat beberapa kasus unik yang memperlihatkan intensitas hubungan satu arah pada remaja. Mayoritas penggemar rela begadang untuk menonton penampilan idolanya meskipun harus mengorbankan kesehatan dan fokus belajar, atau mengeluarkan biaya besar untuk membeli *merchandise* dan tiket konser (Maltby et al., 2005). Pada tingkat ekstrem, beberapa penggemar berperilaku obsesif hingga mengganggu privasi idola sebagaimana terjadi pada fenomena *sasaeng* di kalangan penggemar K-Pop (Tukachinsky, 2010).

Karakteristik usia remaja berpengaruh terhadap cara mereka mengidolakan selebritas. Pada remaja awal (12-15 tahun) kecenderungan lebih besar terletak pada kekaguman emosional dan fantasi terhadap idola. Remaja madya (16-18 tahun) mulai menunjukkan keterlibatan aktif, seperti mengikuti akun media sosial idola, membeli *merchandise*, dan berdiskusi dalam komunitas penggemar. Sementara pada remaja akhir (19-21 tahun) hubungan satu arah berkembang lebih kompleks, mencakup identifikasi diri, loyalitas yang tinggi, serta pengorbanan waktu dan materi yang signifikan (Hurlock, 2011). Perbedaan usia ini memperlihatkan adanya variasi intensitas dan bentuk keterlibatan remaja.

Perbedaan gender menjadi aspek penting di mana penelitian menunjukkan bahwa perempuan cenderung lebih sering mengidolakan selebritas laki-laki, sementara laki-laki cenderung mengidolakan selebritas perempuan (Lestari & Febrieta, 2024). Perempuan umumnya memiliki tingkat fanatisme yang lebih tinggi dibandingkan laki-laki, baik dalam bentuk keterlibatan emosional maupun partisipasi aktif di komunitas penggemar (Zsila et al., 2021). Perbedaan ini mengindikasikan bahwa gender turut memengaruhi bagaimana hubungan satu arah terbentuk dan dijalani.

Peneliti melakukan wawancara awal dengan beberapa remaja yang mengidolakan publik figur untuk memahami lebih dalam dinamika *parasocial relationship*. Temuan wawancara ini memperlihatkan bagaimana keterikatan emosional, keterlibatan aktif, identifikasi diri, serta hubungan sosial dalam komunitas penggemar terbentuk dan berperan dalam kehidupan remaja.

Wawancara pertama dilakukan dengan AZ (19 tahun), seorang penggemar atlet sepak bola Zlatan Ibrahimovic, subjek menunjukkan adanya keterikatan emosional yang kuat terhadap idolanya, terlihat dari reaksi emosional yang ia alami ketika mengetahui idolanya pensiun. Subjek menyatakan dalam kutipan wawancara, yaitu:

“saat dia pensiun itu kaget soalnya tiba-tiba juga baru menang, eh tiba-tiba pensiun. Nah itu juga jadi shock therapy juga sih, sedih. Karena kayaknya bisalah setahun dua tahun lagi, jadi sedihlah ibaratnya pas mutusin pensiun” (wawancara dengan AZ, 19th pada 27 Desember 2024).

Kutipan ini menggambarkan rasa kehilangan yang dirasakan subjek secara mendalam, meskipun tidak memiliki hubungan personal langsung dengan idolanya. Subjek menunjukkan bagaimana *parasocial relationship* dapat menimbulkan respon emosional yang mirip dengan hubungan interpersonal nyata, terutama sosok idola dianggap penting secara pribadi dan menjadi bagian dari rutinitas atau identitas diri penggemar.

Subjek juga menunjukkan identifikasi diri dan keterlibatan aktif dalam mengikuti, meniru gaya bermain, serta kepribadian idolanya. Subjek menyatakan dalam kutipan wawancara, yaitu:

“kalau dulu tuh lebih ke Ibra. Kaya coba salto segala macam, jadi kami tuh dulu dapat kesempatan yang baguslah, jadi makin angkuhlah gara-gara idola itu” (wawancara dengan AZ, 19th pada 27 Desember 2024).

Kutipan ini menunjukkan bahwa subjek tidak hanya mengagumi kemampuan teknis idolanya, tetapi juga menginternalisasi sifat percaya diri dan dominan yang melekat pada sosok Ibrahimovic. Subjek menunjukkan proses identifikasi, di mana penggemar meniru sikap dan gaya hidup idolanya sebagai pembentukan citra diri. Masa remaja yang di mana proses ini lazim terjadi sebagai bagian dari pencarian jati diri.

Wawancara kedua dilakukan dengan AP (21 tahun), seorang penggemar Iqbaal Ramadhan. Subjek menunjukkan keterlibatan aktif yang telah berlangsung

sejak ia masih duduk di bangku sekolah dasar. Subjek menyatakan dalam kutipan wawancara, yaitu:

“kakak sering dengerin musik-musik dia pada zaman dia dari kecil sampai kayak ngikutin Instagramnya, Facebooknya gitu, sama dulu pernah pas SD sampai kayak nyari-nyari nomor Iqbaal tuh karena saking pengennya kenal” (wawancara dengan AP, 21th pada 6 Januari 2025).

Kutipan ini menunjukkan tindakan mencari nomor kontak pribadi menunjukkan keinginan untuk mendekatkan diri secara emosional kepada idola. Subjek menunjukkan bentuk keterlibatan aktif dalam hubungan parasosial, di mana batasan antara hubungan nyata dan fiktif seolah-olah tidak memiliki batas. Penggemar berusaha menciptakan perasaan kedekatan dan mengenai idola secara personal, meskipun relasi tersebut bersifat satu arah.

Subjek juga menyampaikan bahwa ia memperoleh dukungan dari lingkungan sekitar, yaitu teman-temannya yang juga merupakan sesama penggemar Iqbaal Ramadhan. Subjek menyatakan dalam kutipan wawancara, yaitu:

“kalau kita juga punya temen sesama mengidolakan Iqbaal, itu tuh kayak sharing gitu, jadi kayak perkembangannya tuh update tentang Iqbaal itu tetap berjalan. (wawancara dengan AP, 21th pada 6 Januari 2025).

Kutipan ini menunjukkan bagaimana keterlibatan dalam komunitas penggemar memberikan rasa kebersamaan dan validasi sosial. Subjek melalui interaksi sosial dengan sesama penggemar, hubungan parasosial tidak hanya menjadi pengalaman individual, tetapi berkembang menjadi aktivitas yang memperkuat ikatan emosional terhadap idola.

Wawancara ketiga dilakukan dengan LR (21 tahun), seorang penggemar Jisoo dari grup K-Pop *Blackpink*. Subjek menunjukkan keterlibatan aktif yang melibatkan pengorbanan waktu, energi, dan materi. Subjek menyatakan dalam kutipan wawancara, yaitu:

“saya streamingnya sampai bener-bener begadang, gak tidur, nonton drakor dia sampai berlangganan aplikasi supaya premium, apalagi paginya saya ada kelas jadi kurang fokus karena begadang” (wawancara dengan LR, 21th pada 6 Januari 2025).

Kutipan ini menunjukkan bahwa hubungan parasosial dapat mendorong perilaku pengorbanan dan prioritas yang tinggi terhadap aktivitas idola. Subjek rela mengorbankan waktu tidur dan fokus belajar demi mengikuti konten sang idola. Subjek menunjukkan keterlibatan aktif, hal ini juga menandakan adanya bentuk loyalitas dan dedikasi dalam menjaga hubungan emosional meskipun tidak bersifat timbal balik.

Subjek juga menunjukkan identifikasi diri sebagai penggemar Jisoo yang menyebut idolanya tersebut merupakan sosok panutan atau *role model* dalam hidupnya. Subjek menyatakan dalam kutipan wawancara, yaitu:

“saya ngefans sama dia bisa dibilang dia itu role model bagi saya, misalnya dari style fashion dia, gaya rambut, kesukaan dia, hobi dia itu kayak saya pengen nyoba juga” (wawancara dengan LR, 21th pada 6 Januari 2025).

Kutipan ini menunjukkan proses identifikasi diri, di mana subjek mengikuti gaya hidup dan minat sang idola sebagai bagian dari pembentukan citra dirinya. Subjek menunjukkan bahwa hubungan parasosial tidak hanya membentuk keterikatan emosional, tetapi juga memengaruhi cara penggemar memandang dan membentuk diri mereka sendiri di tengah masa perkembangan identitas terutama pada fase remaja.

Subjek mengungkapkan selain hubungan emosional dan personal, subjek juga aktif membangun interaksi sosial dengan teman-temannya yang sesama mengidolakan Jisoo. Subjek menyatakan dalam kutipan wawancara, yaitu:

“saya suka muterin ulang lagu-lagu dia, terus nontonin drakornya ulang, terus kalau misalnya dia comeback saya ngabari temen saya, lihat nih dia tuh mau main drakor, jangan lupa nonton ya” (wawancara dengan LR, 21th pada 6 Januari 2025).

Kutipan ini menunjukkan adanya keterlibatan sosial dalam komunitas penggemar. Subjek tidak hanya mengonsumsi konten secara individu, tetapi juga menjadi informan yang aktif menyebarkan kabar terkait aktivitas idolanya kepada orang lain. Perilaku ini menunjukkan bahwa hubungan parasosial tidak hanya

membentuk ikatan emosional, tetapi juga memperkuat dinamika sosial dalam kelompok.

Hasil wawancara ini terlihat bahwa hubungan parasosial memberikan dampak yang luas bagi remaja, mulai dari aspek emosional, pembentukan identitas diri, hingga dinamika sosial dan konsumsi media. Remaja tidak hanya menjadi penonton pasif, tetapi menjadi pelaku aktif yang menjalin keterhubungan emosional dengan selebritas atau publik figur, berpartisipasi dalam komunitas penggemar, dan membentuk identitas pribadi melalui keterlibatannya dengan idola.

Penelitian ini perlu dilakukan dikarenakan hubungan parasosial memiliki implikasi psikologis yang kompleks karena mampu menimbulkan ilusi kedekatan yang dalam meskipun tidak ada interaksi nyata (Giles, 2002). Hubungan parasosial dapat memberikan rasa keterhubungan sosial dan mengurangi kesepian, namun pada tingkat tertentu juga dapat menimbulkan ketergantungan emosional yang berlebihan (Dibble et al., 2016). Menurut Tukachinsky (2010) menegaskan bahwa penting untuk mengkaji *parasocial relationship* dalam konteks remaja karena masa ini merupakan fase pembentukan identitas yang sangat dipengaruhi oleh figur media.

Maltby et al. (2005) membagi hubungan parasosial ke dalam tiga tingkatan, yaitu *entertainment-social value*, *intense-personal feeling*, dan *borderline-pathological tendency*. Ketiganya menggambarkan dinamika psikologis dan sosial yang dialami penggemar dalam mengidolakan publik figur.

Wawancara lanjutan dengan AP memberikan gambaran keterlibatan emosional yang mendalam terhadap idola:

“itu kan kayaknya kakak pas umur, pas SD kelas 5 atau 6 berarti. Nah, pada awal itulah mereka kan punya boyband tuh. Nah, cuma kakaknya lebih tertariknya ke Iqbaal karena pertama sih wajah. Kakak sering dengerin musik-musik dia pas zaman dia dari kecil terus juga ngikutin gimana sih perkembangan Iqbaal nih tentang kehidupannya gitu loh sampai kayak ngikutin Instagramnya, Facebooknya gitu. Sama, dulu pernah pas SD kalau nggak salah, kakak itu sampai di Facebook sampai kayak nyari-nyari nomor Iqbaal tuh yang mana sih kayak karena saking pengennya kenal, bisa berhubungan sama Iqbaalnya juga gitu loh.” (wawancara dengan AP, 21th pada 6 Januari 2025).

Kutipan ini menunjukkan bahwa sejak usia dini, ketertarikan terhadap idola bisa muncul karena faktor fisik dan berkembang menjadi keterikatan emosional yang intens, sebagaimana yang dijelaskan oleh Horton & Wohl (1956).

Wawancara lanjutan dengan partisipan LR menunjukkan pola hubungan parasosial dengan Jisoo dari *Blackpink* yang berawal dari rekomendasi teman. Hubungannya berkembang seiring waktu, mulai dari mengikuti media sosial hingga menyesuaikan gaya hidup idolanya. Subjek LR mengakui bahwa keterlibatannya bahkan memengaruhi pola tidur dan aktivitas sehari-hari, seperti begadang menonton drakor yang berdampak pada fokusnya di kelas. Keterbatasan geografis dan finansial menjadi hambatan bagi penggemar untuk menghadiri konser atau membeli *merchandise* yang menunjukkan adanya batasan nyata dalam hubungan parasosial. Adapun hasil wawancara yang telah dilakukan adalah sebagai berikut:

“Awal mula itu, tahunya itu dari temen. Awalnya itu kan lagi hype tentang idol Blackpink. Terus dikenalinlah sama temen saya. Namanya Jisoo. Terus ngeliat updatean dia, bisa dari Instagram atau ngikutin update drakor-drakor dia. misalnya kayak dia ada ngadain konser, kayak gitu. Terus misalnya kayak beli merchandise-merchandise atau album dia, kayak gitu. Itu tuh pasti bakal mengeluarkan biaya banget. Apalagi kan, biasanya kalau misalnya di Indonesia, dia tuh ngadain konsernya itu bukan di sini, bukan di Jambi. Maren itu, pertama itu dia ada main drakor itu saya streamnya sampai bener-bener begadang, gak tidur, nonton drakor dia. Itu juga ya rata-rata saya begadang sih nontonnya. Itu nguras waktu banget dan apalagi misalnya paginya saya ada kelas gitu kan.” (wawancara dengan LR, 21th pada 6 Januari 2025).

Wawancara tersebut mengungkap bahwa keterikatan individu terhadap idola berdampak terhadap pola waktu tidur. Kutipan tersebut sependapat dengan penelitian Maltby et al. (2005), keterlibatan yang berlebihan dalam mengidolakan selebriti dapat berdampak pada aspek kehidupan sehari-hari, salah satunya yaitu waktu tidur.

Data kutipan wawancara partisipan menunjukkan *parasocial relationship* bagi remaja di Kota Jambi tidak hanya sekadar kesenangan, tetapi juga menjadi bagian dari identitas sosial mereka. Kedua partisipan merasakan kepuasan emosional dari keterlibatan ini, baik melalui mendengarkan musik, mengikuti aktivitas idola, maupun berinteraksi dengan komunitas sesama penggemar. Fenomena ini didukung oleh penelitian yang menunjukkan bahwa hubungan parasosial dapat meningkatkan

perasaan keterikatan sosial dan kepuasan emosional penggemar (Dibble et al., 2016). Keterlibatan yang berlebihan juga dapat mengganggu kehidupan sehari-hari, seperti pengeluaran berlebih untuk *merchandise* dan kurangnya fokus dalam akademik.

Fenomena ini sejalan dengan konsep *parasocial interaction* yang pertama kali digagas oleh Horton & Wohl (1956), di mana penggemar mengalami hubungan satu arah dengan figur publik seolah mereka memiliki ikatan nyata. Keterlibatan ini juga didukung oleh media digital yang memungkinkan penggemar untuk terus memperbarui informasi tentang idola mereka (Giles, 2002).

Pemaparan uraian permasalahan yang telah dijabarkan pada latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk meneliti dengan judul “Gambaran *Parasocial Relationship* Penggemar terhadap Idolanya pada Remaja di Kota Jambi”. Penelitian ini menarik untuk dilakukan karena fenomena ini perlu dipahami lebih dalam agar dapat menjabarkan gambaran hubungan parasosial penggemar terhadap idolanya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka ditentukan rumusan masalah pada penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana bentuk *parasocial relationship* yang dialami remaja terhadap idolanya?
2. Apa saja faktor-faktor yang memengaruhi terbentuknya *parasocial relationship* antara remaja dan idolanya?

1.3 Tujuan Penelitian

Terdapat dua tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini, yaitu tujuan umum dan tujuan khusus.

1.3.1 Tujuan Umum

Tujuan umum pada penelitian ini adalah untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai gambaran *parasocial relationship* penggemar terhadap idolanya pada remaja di Kota Jambi.

1.3.2 Tujuan Khusus

1. Untuk mengidentifikasi berbagai bentuk *parasocial relationship* yang dialami remaja terhadap idolanya.
2. Untuk mendeskripsikan faktor-faktor yang memengaruhi terbentuknya *parasocial relationship* antara remaja dan idolanya.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan agar dapat memberikan referensi dan wawasan baru bagi peneliti selanjutnya terutama mahasiswa Program Studi Psikologi, mengenai *parasocial relationship* penggemar terhadap idolanya pada remaja di Kota Jambi.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Partisipan

Hasil penelitian ini diharapkan bisa membantu penggemar dalam memahami batasan sehat dalam mengidolakan publik figur. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kesadaran akan dampak psikologis dari keterlibatan emosional yang berlebihan terhadap idola.

2. Bagi Peneliti

Untuk memperluas wawasan mengenai fenomena *parasocial relationship* di kalangan remaja dan menjadi landasan dalam melakukan penelitian lebih lanjut terkait pengaruh media sosial terhadap perilaku penggemar.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dapat dijadikan masukan bagi praktisi Psikologi atau peneliti selanjutnya untuk mengeksplorasi aspek lain dari *parasocial relationship* dan memotivasi kajian lebih lanjut terkait dampak psikologis dari fenomena ini dalam berbagai konteks sosial.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis *parasocial relationship* penggemar terhadap idolanya pada remaja di Kota Jambi. Penelitian ini dilakukan karena perilaku yang dilakukan oleh penggemar dalam mengidolakan selebritas sesuai dengan aspek *parasocial relationship*.

Penelitian ini adalah penelitian yang menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi, jumlah informan dalam penelitian ini adalah 3 orang. Teknik pengambilan *sample* pada penelitian ini adalah *purposive sampling* dengan pemilihan partisipan dilakukan menggunakan kriteria dan syarat yang telah disesuaikan dengan kebutuhan penelitian. Adapun kriteria dalam pemilihan informan pada penelitian ini adalah remaja yang berdomisili di Kota Jambi, mengidolakan selebritas atau publik figur, menunjukkan antusiasme tinggi dan loyalitas terhadap idolanya, dan bersedia menjadi partisipan penelitian secara sukarela. Estimasi waktu pelaksanaan penelitian berlangsung selama 6 bulan dimulai dari bulan Januari 2025 hingga bulan Juni tahun 2025.

Metode pengambilan data pada penelitian ini adalah dengan melakukan wawancara mengenai hal-hal yang berkaitan dengan data dalam penelitian. Observasi dan studi dokumen juga dilakukan pada partisipan untuk melihat tingkat fanatisme terhadap idolanya. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Interpretative Phenomenological Analysis* (IPA).

Penelitian dengan metode kualitatif mewajibkan peneliti berperan aktif dalam menggali data, menganalisis, menafsirkan serta membuat kesimpulan sehingga peneliti harus memiliki wawasan yang luas mengenai metode penelitian.

1.6 Keaslian Penelitian

Terdapat lima penelitian yang digunakan guna pertimbangan dalam hal keaslian penelitian. Keaslian penelitian ini didapatkan dari pembahasan lima penelitian terdahulu yang dapat dilihat perbedaan antara kelimanya yaitu metode penelitian, jumlah subjek penelitian, teori yang digunakan, metode pengambilan data, dan teknik analisis data.

Tabel 1. 2 Penelitian Relevan Sebelumnya

No.	Judul Penelitian	Nama Peneliti	Metode	Variabel	Hasil Penelitian
1.	Hubungan <i>Celebrity Worship</i> dengan <i>Problematic Social Media Use</i> pada Penggemar BTS di Kota Bandung	Hapsari, D. J. R., & Sumaryanti, I. U. (2022)	Kuantitatif (Korelasional)	<i>Celebrity Worship, Problematic Social Media Use</i>	Penelitian ini menunjukkan hasil analisis korelasi rank spearman bahwa tidak adanya korelasi antara <i>celebrity worship</i> dan <i>PSMU</i> pada penggemar BTS yang berada pada tahap dewasa awal di Kota Bandung. Meskipun begitu, para penggemar tersebut masih tergolong dalam kategori <i>celebrity worship</i> tingkat <i>intense-personal</i> . Mereka juga masih memiliki tingkat <i>PSMU</i> yang tinggi, terutama di kalangan mahasiswa.
2.	Fenomena parasosial penggemar K-Pop dalam media sosial (studi kasus pada perilaku parasosial penggemar K-Pop di media sosial x, Instagram, dan Tiktok)	Putri, N. S. (2024)	Kualitatif (Studi Kasus)	Hubungan parasosial, penggemar, K-Pop	Penelitian ini menunjukkan <i>parasocial relationship</i> antara penggemar K-Pop dan idola mereka melalui media sosial kini menjadi fenomena yang cukup menonjol. Interaksi di <i>platform</i> seperti X, Instagram, dan TikTok membantu membangun ikatan emosional yang kuat antara penggemar dan idola mereka.
3.	Remaja Penggemar <i>Kpop</i> Kesepian? Studi pada <i>Treasure Maker</i> di Kota Bandung	Rafifah, H., & Nawangsih, E. (2024)	Kuantitatif (Korelasional)	Kesepian, <i>Treasure Maker</i>	Penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat hubungan parasosial, baik dalam bentuk pertemanan maupun <i>parasocial love</i> ,

No.	Judul Penelitian	Nama Peneliti	Metode	Variabel	Hasil Penelitian
					pada <i>Treasure Maker</i> yang menggunakan <i>Weverse Membership</i> di Kota Bandung tergolong tinggi. Selain itu, tingkat kesepian yang dirasakan oleh mereka juga berada dalam kategori tinggi.
4.	Ekspresi Fanatisme Army Penggemar BTS (Perempuan) di Indonesia dalam Instagram	Pertiwi, S. S., Lukmantoro, T., & Yusriana, A. (2023)	Kualitatif (Fenomenologi)	Fanatisme, Penggemar BTS, Instagram	Penelitian ini menunjukkan terdapat adanya hubungan parasosial melalui interaksi aktif dengan Army di Instagram, yang membuatnya merasa lebih dekat dengan mereka. Interaksi ini mencakup aktivitas sederhana seperti menyukai unggahan, membalas komentar, bertukar pesan, serta membagikan ulang unggahan, dan menandai pengguna lain. Hal tersebut menimbulkan ilusi kedekatan bagi informan, meskipun belum tentu Army merasakan hal yang sama.
5.	Aktivitas Interaksi Parasosial Penggemar kepada Idola (Studi Deskriptif pada Wota dan Woti Penggemar JKT48 di Jabodetabek)	Pratama, M. R. R., & Winduwati, S. (2021)	Kualitatif (Deskriptif)	Interaksi Parasosial, Idola, Penggemar JKT48	Penelitian ini mengungkap adanya interaksi parasosial antara penggemar JKT48, baik Wota maupun Woti, dengan idola mereka. Dalam hal mencari teman, mereka merasa bahwa keterbukaan dari para anggota JKT48 membuat mereka seolah menjadi teman sang idola.

Berdasarkan beberapa penelitian di atas, terdapat beberapa persamaan yang dapat dikategorikan berdasarkan tema penelitian, yaitu *parasocial relationship*. Studi mengenai *parasocial relationship* dapat menjadi rujukan dan acuan bagi penelitian *parasocial relationship* penggemar terhadap idolanya pada remaja di Kota Jambi. Penelitian ini memiliki beberapa aspek yang membedakan dari studi sebelumnya

antara lain dapat dilihat dari metode penelitian, lokasi penelitian, dan subjek penelitian yang lebih spesifik dan dipilih secara sengaja pada remaja di Kota Jambi.

Penelitian ini merupakan studi fenomenologi dengan pendekatan kualitatif untuk menganalisis terbentuknya *parasocial relationship* penggemar terhadap idolanya pada remaja di Kota Jambi. Penggunaan metode kualitatif fenomenologi memungkinkan peneliti dapat melakukan eksplorasi mendalam mengenai pengalaman partisipan dalam terbentuknya *parasocial relationship*. Topik kajian ini belum pernah diteliti sebelumnya sehingga memberikan kebaruan dan keaslian dalam kontribusi pengembangan Ilmu Pengetahuan. Temuan penelitian ini diharapkan dapat memperkaya Ilmu Pengetahuan Psikologi mengenai fenomena sosial yang unik pada remaja.