

BAB I

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Penelitian ini berfokus pada bagaimana seorang fans memulai hubungan parasosial dengan anggota Keyakizaka46 hingga hubungan tersebut berakhir. Keyakizaka46 adalah sebuah *idol group* beranggotakan 59 gadis muda berusia 14 hingga 19 tahun yang dibentuk pada 1 Agustus 2015. Keyakizaka46 berganti nama menjadi Sakurazaka46 Pada 14 Oktober 2020. Keyakizaka46 merupakan *idol group* yang memiliki konsep unik diantara *idol group* lain yaitu dari lagu – lagu yang dibawakan memiliki lirik bermakna dalam yang mengangkat isu – isu sosial di Jepang, keunikan tersebut membawa Keyakizaka46 sukses menduduki posisi satu Oricon Chart di Jepang pada awal debutnya dan bertahan di top 10 untuk beberapa *single* dan album lainnya (Pamungkas, 2020). Keyakizaka46 dikenal sebagai salah satu *idol group* yang memiliki banyak skandal dan juga konflik yang menyebabkan aktivitas grup sempat terhenti pada akhir 2019 hingga pertengahan 2020 (Kibezaka, 2022). Keyakizaka46 seperti *idol group* dalam naungan manajemen AKS48 lainnya mengusung tema *Idols You can Meet*, dimana pertemuan langsung dengan *idol* dalam acara *handshake events* dipromosikan sebagai sebuah *privilege* bagi fansnya, tentu fans perlu mendatangi galeri atau acara tersebut di Jepang.

Sebagai sebuah *idol group*, Keyakizaka46 memiliki berbagai kegiatan *idol group* seperti acara *handshake event*, pemilihan umum atau *senbatsu*, acara tv, dan acara *live stream*, Keyakizaka46 dikenal sebagai *idol group* yang paling tenang dibanding *idol group* lain karena mereka jarang tersenyum bahkan tidak tersenyum sama sekali di salah satu video musiknya (O'hara, 2019). Citra berbeda dan juga debut yang dianggap fenomenal menjadikan Keyakizaka46 sebagai salah satu *idol group* terpopuler di Jepang pada 2016 hingga sempat mengalahkan *idol group* lain seperti AKB48 yang merupakan *idol group* paling tenar sebelumnya. Faktor lain yang mendukung ketenaran Keyakizaka46 pada saat itu adalah sosok Hirate Yurina yang menjadi wajah dari grup dan juga terkenal sebagai orang nomor satu di grup yang selalu diistimewakan manajemen yang selanjutnya juga membawa berbagai konflik dalam grup (Shunkan, 2020).

Definisi *idol group* sendiri adalah sekelompok laki – laki atau perempuan di industri hiburan Jepang yang diciptakan untuk menghibur orang lain, beberapa dari mereka dilatih sebelum debut dan beberapa lainnya memulai pelatihan sebagai *idol* setelah debut (Jónsdóttir, 2013). Keyakizaka46 juga menerapkan *Golden Rules*, untuk menjaga citra *idol* sebagai sosok yang suci dan jujur. Beberapa dari *golden rules* tersebut misalnya tidak boleh berpacaran, tidak boleh pergi ke diskotik, dan fokus pada karir di *idol group*. Ada beberapa *girlbands* diluar *idol group* yang mengharuskan anggotanya untuk tidak berpacaran, namun tidak ada menerapkan *golden rules* seperti *idol group* sehingga dapat dikatakan *golden rules* merupakan hal yang unik dimiliki oleh *idol group* yang berasal dari

Jepang atau bertema J-POP seperti Keyakizaka46 dan JKT48 asal Indonesia (Ramadhan, 2021).

Golden Rules tersebut menjadi sebuah daya tarik demi membentuk citra ‘suci, jujur, dan cantik’ yang dijual oleh *Idol Group* Jepang. Perjalanan karir seorang *idol* berbeda dengan selebriti atau penyanyi pada umumnya. Seorang *idol* merupakan ‘produk yang belum selesai’ untuk kemudian diperkenalkan kepada *fans* dan mengajak *fans* untuk mendukung perkembangan *idol* tersebut (Maxwell dan Joyce, 2011). *Idol group* menampilkan sekumpulan gadis muda yang suci, jujur, dan cantik yang ingin mengembangkan bakatnya dan membutuhkan dukungan dari penggemar. *Fans* diberikan fantasi dalam kegiatan mendukung idola bahwa idola yang didukung mampu berkembang karena dukungan *fans*. Interaksi tersebut memunculkan ilusi bahwa *fans* merupakan orang dekat idola yang menjadi faktor penting dalam perkembangan seorang idola. Ilusi tersebut yang mendorong seorang *fans* untuk terus mendukung idolanya melalui kegiatan membeli cd album dan *merchandise* lain dari idola.

Interaksi yang terjalin dengan idola tersebut memunculkan sebuah rasa pertemanan bagi sebagian *fans*. Beberapa kasus menunjukkan bahwa *fans* menjadikan interaksi dengan idola tersebut sebagai bentuk pelarian dari kenyataan, dimana mereka dapat menjalin hubungan yang suci serta mereka bebas berfantasi mengenai idola dalam hubungan tersebut tanpa takut untuk dikhianati oleh idola, karena idola merupakan sosok yang suci, jujur, dan cantik (Jónsdóttir, 2013). Pernyataan tersebut diperkuat oleh pengakuan Melody eks-JKT48 yang dilansir oleh Tribun Jabar :

“Apabila menjadi member JKT48 memang kita tidak boleh punya berpacaran, di sini kita sebuah grup yang harus menjadi idola. Kita milik fans, kita tumbuh dan berkembang bersama fans, jadi lebih banyak menghabiskan waktu bersama fans,”(Tribun Jabar, 2018)

Golden Rules yang diterapkan pada *Idol Group* Jepang tersebut menjadi keunikan, juga menghadirkan ilusi juga bagi *fans*. Ilusi tersebut adalah dimana *fans* akan merasa bahwa anggota *Idol Group* adalah milik mereka karena idola tersebut tidak akan menjalin hubungan percintaan (selama masih menjadi idola). Pandangan tersebut dapat menimbulkan obsesi pada *fans*. Dan obsesi tersebut merupakan salah satu pendorong terciptanya hubungan parasosial. Kedekatan seorang *fans* dengan idola merupakan hal yang wajar. Perilaku obsesif disisi lain dapat menjadi sebuah permasalahan apabila tidak ada pengendalian terhadap perilaku tersebut. Salah satu permasalahan yang dapat timbul adalah kasus seorang *fans* di Jepang yang melacak posisi rumah melalui refleksi pada foto idolanya dan melakukan penyerangan pada September 2019 lalu (Sadikin, 2019).

Fenomena hubungan parasosial dijelaskan pada penelitian Saifuddin (2014) ditemukan adanya beberapa *fans* JKT48 yang menjalin hubungan parasosial dan mengimajinasikan hubungannya sebagai bentuk persahabatan, kekeluargaan, maupun hubungan romantis dengan idola mereka. Hubungan tersebut memiliki ritual yang berbeda dibandingkan dengan hubungan sosial pada umumnya, yaitu melalui kegiatan *fandomship* yang dilakukan pelaku sebagai wujud dukungan dan intimasi dalam hubungan parasosial yang dijalin. Dukungan tersebut muncul dari segi dukungan materi, demi mendukung idolanya, dalam penelitian tersebut dijelaskan mereka rela mengeluarkan uang jutaan rupiah untuk membeli *cd* album dan *merchandise* lain. Hal ini menandakan bahwa

pembentukan hubungan terjadi di Indonesia hanya saja sering kali hal ini tidak diakui secara terbuka atau tidak muncul ke permukaan. Sifat tertutupan tersebut dapat disebabkan oleh beberapa hal, seperti keadaan sosial sekitar pelaku misalnya atau ancaman stereotip yang dirasakan pelaku. Namun hal tersebut tidak menghentikan seorang *fans* yang pada penelitian tersebut adalah *fans* JKT48 dalam menjalani hubungan parasosial dengan idola mereka.

Kasus diatas menunjukkan hubungan parasosial yang dijalin dengan anggota *idol group* JKT48. Pada kasus tersebut terlihat pelaku hubungan berasal dari Indonesia dan memiliki kesempatan untuk bertemu dengan idolanya. Fenomena hubungan parasosial antara fans dengan anggota Keyakizaka46 memiliki keunikan dimana fans yang berasal dari Indonesia memiliki kesempatan yang kecil atau bahkan tidak memiliki kesempatan untuk bertemu secara langsung dengan idolanya. Walaupun demikian, masih ada beberapa kalangan yang bersedia untuk menjalin hubungan parasosial dengan idolanya dan melakukan kegiatan *fandomship* walaupun ada opsi lain yang terlihat dapat memberikan timbal balik yang lebih banyak yaitu kesempatan untuk bertemu dengan idola.

Pada dasarnya hubungan parasosial merupakan hubungan yang dapat terbentuk pada setiap orang yang mengonsumsi media. Setiap kali seseorang menonton seorang figur media, mereka dapat merasakan perasaan tertentu seperti rasa kagum, rasa bahagia hingga perasaan kedekatan berkat apa yang ditampilkan oleh sosok media tersebut. Hubungan parasosial antara fans dengan anggota Keyakizaka46 menjadi menarik karena manajemen *idol group* turut memfasilitasi hubungan parasosial bahkan mendorong pembentukan hubungan tersebut jika

dibandingkan dengan hubungan parasosial dengan figur media lain yang tidak menerapkan sistem yang serupa.

1.2 Rumusan Masalah

Keyakizaka46 merupakan *idol group* Jepang yang menawarkan konsep unik dibanding *idol group* lainnya. Keunikan yang dimiliki Keyakizaka46 mendorong kepopuleran dari grup tersebut di kalangan penggemar *idol group*. Keyakizaka46 memiliki berbagai kegiatan dan juga program yang mendorong pembentukan hubungan parasosial dan juga pernak – pernik bagi fans untuk memfasilitasi kegiatan dalam hubungan tersebut. Keyakizaka mengusung tema *idols you can meet* yaitu fans berkesempatan untuk bertemu langsung dan berjabat tangan dengan idolanya di beberapa acara *idol group* dan kesempatan bertemu tersebut dipromosikan sebagai sebuah *privilege* yang dimiliki *idol group*. Selain itu juga ada penerapan *golden rules* yang melarang anggota Keyakizaka46 untuk berpacaran sehingga menjaga citra idola yang suci dan jujur.

Hubungan parasosial antara fans dengan anggota Keyakizaka46 menjadi fenomena yang unik karena manajemen secara aktif mendorong terciptanya hubungan tersebut. Disisi lain, hubungan antara fans dengan anggota Keyakizaka46 memiliki kemungkinan pertemuan secara langsung dengan idola yang kecil karena batasan jarak fisik antara fans yang berada dari Indonesia dan idola yang berada di Jepang. Walaupun kemungkinan pertemuan langsung yang minim, masih ada beberapa kalangan fans yang tertarik membentuk dan menjalani hubungan parasosial dengan anggota Keyakizaka46. Dari paparan tersebut,

penelitian ini akan berfokus pada bagaimana proses komunikasi hubungan parasosial pada penggemar Keyakizaka46?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian ini adalah mendeskripsikan proses komunikasi hubungan parasosial yang terjadi pada penggemar Keyakizaka46.

1.4 Signifikansi Penelitian

1.4.1 Signifikansi Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi terhadap penelitian ilmu komunikasi yang berkaitan dengan metode penelitian kualitatif dengan teori *fandom* dan *parasocial relationship* mengenai bagaimana proses hubungan parasosial yang terjalin pada penggemar Keyakizaka46.

1.4.2 Signifikansi Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan penjelasan atau pandangan kepada fans dan masyarakat mengenai pembinaan hubungan parasosial pada pria penggemar Keyakizaka46.

1.4.3 Signifikansi Sosial

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi sumber rekomendasi bagi peneliti selanjutnya dengan memberikan gambaran – gambaran tentang bagaimana proses hubungan parasosial dan *inner working* dari hubungan parasosial pada penggemar Keyakizaka46, sehingga dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya dalam studi mengenai proses hubungan parasosial lainnya.

1.5 Kerangka Teori

1.5.1 Paradigma Penelitian

Dalam penelitian ini digunakan paradigma interpretif. Secara umum, paradigma interpretif merupakan sebuah sistem sosial yang memaknai fenomena melalui observasi langsung Newman (dalam Rahardjo 2018). Paradigma interpretif juga memandang realitas sosial sebagai sesuatu yang dinamis, berproses dan penuh makna subjektif (Rahardjo, 2018). Dengan kata lain, pada realitas sosial yang terjadi, terdapat proses pemaknaan aktif dari individu yang terlibat didalamnya atas apa yang mereka lihat ataupun rasakan.

Fenomenologi merupakan studi mengenai pengetahuan yang muncul dari kesadaran (*consciousness*), atau cara memahami objek dan kejadian secara sadar berdasarkan pengalaman. Melihat objek atau kejadian menurut perspektif pelaku Littlejohn (dalam Rahardjo, 2018). Dapat dikatakan bahwa pengetahuan tersebut berasal dari pengalaman individu. Berkaitan dengan hal tersebut, fenomenologi berusaha mempelajari bagaimana pengalaman dialami dan dimaknai oleh seseorang Mulyana (dalam Rahardjo, 2018). Berdasarkan penjelasan diatas, penulis berusaha mencari penjelasan mengenai proses hubungan parasosial yang dijalin oleh penggemar dengan anggota Keyakizaka46.

1.5.2 *State of The Art*

Berikut adalah beberapa hasil penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan permasalahan dan tujuan penelitian sebagai referensi pada penelitian ini.

Penelitian pertama adalah penelitian berjudul “*The Aidoru! (The Ardent Fans Perspective)*” yang ditulis oleh Jóna Björk Jónsdóttir (2013). Merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan survey online. Penelitian dilakukan pada fans internasional yang tergabung dalam website *Arashi-On* dan menghasilkan 100 responden dengan kisaran umur 10 hingga lebih dari 50 tahun. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya perbedaan antara fans *aidoru* yang berasal dari Jepang dan fans yang berasal dari Barat. Dari beragam respons yang didapat, penelitian tersebut menyimpulkan bahwa walaupun *aidoru* atau *idol – group* terasa ‘palsu’, namun ada setitik kenyataan dalam pencitraan tersebut. *aidoru* berusaha untuk membahagiakan penggemar mereka dengan menyajikan ketulusan, kebaikan, dan ide – ide bagi fans mereka. Hal ini juga ditambah dengan antusias dari fans sendiri yang menikmati penampilan *aidoru* khususnya pada fans usia 20 tahun keatas.

Penelitian pertama belum menjelaskan secara spesifik bagaimana proses parasosial yang dijalani oleh *fans* sehingga dapat menimbulkan efek dimana idola dapat menjadi motivasi mereka. Penelitian kali ini akan menjelaskan bagaimana proses parasosial tersebut dengan metode kualitatif yang bertujuan untuk melihat bagaimana seorang *fans*

memproses apa yang mereka konsumsi tentang idola dan menjadikan hal tersebut sebuah motivasi, dalam kasus kali ini adalah bagaimana mereka terdorong untuk menjalin hubungan parasosial yang bersifat intim.

Penelitian kedua adalah penelitian berjudul “*Fandom K-POP Idol dan Media Sosial (Studi Deskriptif Kualitatif tentang Penggunaan Media Sosial Twitter pada Hottest Indonesia sebagai Followers Fanbase @taeckhunID, @2PMindohottest dan Idol Account @Khunnie0624)*” Oleh Rizka Fauziah dan Diah Kusumawati (2016). Penelitian berbentuk penelitian deskriptif dengan metode observasi dan wawancara. Observasi dilakukan dengan mengamati aktivitas di Twitter oleh akun resmi dan informan. Sedangkan wawancara dilakukan pada empat informan terpilih dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Dari hasil penelitian diperoleh bahwa media sosial twitter digunakan sebagai sarana bagi *fandom* untuk menunjukkan emosi terhadap idolanya. Hal itu ditunjukkan melalui aktivitas di akun twitter *fans* yang meliputi berbagai kegiatan *fandomship* dan juga berbagai upaya *fans* untuk mencari pemberitaan mengenai idola, *fans* memiliki akun identitas virtual, melakukan interaksi melalui *mentions* antar sesama penggemar dan idolanya, membuat *fan project*, *fan art* dan *fan edit*.

Penelitian kedua berfokus pada kegiatan *fandomship* dan penggambaran interaksi yang terjadi antara *fans* dengan idola maupun antara sesama *fans*, namun fokus dari penelitian adalah interaksi di media sosial Twitter atau kegiatan apa saja yang mungkin dilakukan seorang *fans*

melalui media tersebut. Pada penelitian kali ini akan diberikan gambaran dari kegiatan *fans* tanpa dibatasi media apa yang mereka gunakan, hal ini untuk melihat sejauh mana upaya dari *fans* untuk lebih dekat dengan idola mereka, dan juga apa makna yang dipahami oleh *fans* dari kegiatan tersebut.

Penelitian ketiga adalah penelitian berjudul “*Hubungan Parasosial di Media Sosial (Studi pada Fandom Army di Twitter)*” oleh Afitia Sagita dan Donie Kadewardana (2018). Penelitian ini berjenis penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan paradigma konstruktivisme dan teori *fandom* serta parasosial. Hasil dari penelitian ini menunjukkan penggemar yang tergabung dalam fandom Army terus berusaha untuk berinteraksi dengan idola lewat media sosial terutama Twitter. Penggemar juga memiliki pengungkapan diri dan rasa suka yang tinggi sebagai seorang *fans*. Selain itu, penggemar memiliki rasa ketergantungan yang tinggi untuk terhubung dengan berbagai aktivitas terbaru idolanya.

Penelitian ketiga hampir sama dengan penelitian kedua yaitu interaksi via media sosial Twitter, namun fokusnya adalah pembukaan diri dari *fans* terhadap idola atau bagaimana *fans* terdorong untuk untuk melakukan pembukaan diri melalui media sosial terhadap idola mereka. Pada penelitian kali ini akan difokuskan pada pembinaan hubungan dengan atau tanpa melakukan pembukaan diri melalui media karena tidak semua *fans* merupakan *fans* yang terbuka atau yang disebut oleh Jensen sebagai *obsessed loner* (dalam Lewis, 1992: 11).

Penelitian keempat berjudul “*Interaksi Parasosial (Studi Deskriptif Kualitatif pada Penggemar JKT48)*” oleh Dimas Aldi Saifuddin (2014). Penelitian ini mendeskripsikan tingkatan hubungan parasosial berdasarkan 3 skala yang dilihat dari intensitas kegiatan *fandom* dan juga upaya serta analisa faktor afektif dari masing – masing subjek. Hasil dari penelitian menunjukkan 3 subjek dengan jenis interaksi yang berbeda dan menjelaskan apa yang mereka cari dari interaksi parasosial dengan member JKT48. Penelitian ini juga menjelaskan adanya 3 faktor yang mendasar terbentuknya hubungan parasosial yaitu : a) Pemenuhan tugas perkembangan b) Pemenuhan kebutuhan akan hubungan sosial c) konformitas.

Penelitian keempat menjelaskan proses interaksi parasosial dengan metode kualitatif dengan melihat bentuk interaksi apa saja yang pernah dilakukan dan bagaimana mereka melihat idola mereka. Namun penelitian keempat belum menspesifikasi bagaimana hubungan terjalin antara penggemar dengan anggota Keyakizaka46, melainkan hanya melihat bagaimana interaksi dilakukan untuk menunjukkan tingkatan intimasi hubungan. Penelitian kali ini akan berfokus pada proses dari hubungan tersebut dengan melihat apa yang mendorong hubungan tersebut untuk dijalin dan bagaimana subjek memandang dunia nyata dan juga kehidupan sebagai *fans* dalam pengalaman tersebut. Penelitian kali ini juga akan memfokuskan pada *fans* yang menjalin hubungan dengan anggota Keyakizaka46 yang berasal dari luar negeri. Perbedaannya adalah subjek

penelitian keempat memiliki kesempatan yang lebih banyak untuk bertemu dikarenakan basis JKT48 adalah di dalam negeri (Indonesia) dibandingkan dengan *fans* yang mengidolakan Keyakizaka46 yang berbasis di luar negeri (Jepang dsb).

1.5.3 Teori Parasosial

Interaksi parasosial yang diungkapkan oleh Ballantine dan Martin (2005) merupakan interaksi yang terjadi pada individu terhadap figur yang ada di media sehingga individu membangun sebuah pandangan yang seiring waktu membuat mereka mulai merasakan perasaan intim dan berkembang menjadi hubungan satu arah dengan figur seolah-olah mereka adalah teman dekat atau bahkan hubungan romantis. Dapat dilihat dari penjelasan diatas bahwa hubungan parasosial merupakan bentuk hubungan satu arah yang memiliki kedekatan intim seperti hubungan pertemanan atau hubungan romantis. Akan tetapi hubungan ini dapat dikatakan hubungan intim yang semu dikarenakan konteks hubungan yang satu arah. *Fans* merupakan pemeran utama dalam interaksi parasosial dengan idola mereka. Stever (2013) menjelaskan bahwa terdapat alasan atas rasa suka dari *fans* terhadap idola, tiga alasan utama antara lain :

1. *Task Attraction*, ketertarikan dari *fans* pada talenta dan kemampuan yang dimiliki idola

2. *Identification Attraction*, ketertarikan dari *fans* untuk meniru idola atau sebagai pemikiran dari *fans* bahwa ada kemiripan antara *fans* dengan idola.
3. *Romantic Attraction*, ketertarikan dari *fans* untuk menjalin hubungan lebih dekat dengan idola (menikah, berpacaran, berteman, dsb).

Interaksi parasosial layaknya hubungan intim lainnya memiliki tahap mulai dari pengenalan masing – masing individu, kemudian munculnya rasa ketertarikan, dan proses melanjutkan hubungan pada tahap selanjutnya apakah akan bertahan pada tahap semi-pertemanan atau tahap cinta satu-arah. Tahap – tahap yang ada dalam interaksi parasosial merupakan interaksi satu arah. Gilles (2002) menjelaskan sebuah model tahapan hubungan parasosial dapat, yaitu :

- a. *The Viewing Episode*, tahap dimana seseorang mengonsumsi sebuah media untuk kemudian mengenal atau ‘bertemu’ dengan sosok di media.
- b. *Cognition Process*, tahap saat pelaku memberikan penilaian mengenali sosok media yang ditonton dan sejauh mana pengetahuan pelaku terhadap sosok idola.
- c. *Media Encounters*, pelaku mencoba mengetahui lebih dalam mengenai idola, ditandai dari tiga proses yaitu: a) peniruan perilaku; b) mendiskusikan figur dengan orang lain; dan c) pertemuan lain dengan sosok di media.

- d. *Imagined Interaction*, perilaku interaksi yang dirasa terjadi antara pelaku dengan idola dalam imajinasi pelaku.
- e. *Attempt to Contact*, Pelaku secara aktif berupaya untuk melakukan kontak dengan media baik secara langsung maupun melalui media.

Dijelaskan bahwa pada tahap pengenalan merupakan tahap seorang *fans* mengenal idola mereka, kemudian munculnya rasa suka terhadap idola, dan terbentuknya hubungan antara *pseudo-friendship* (pertemanan semu) atau *pseudo-romantic relationship* (hubungan romantis semu). Giles (2003: 256-260) menyebutkan efek dari interaksi pada hubungan parasosial, antara lain:

1. *Sense of Companionship*. Dengan melakukan interaksi parasosial, audiens mendapatkan kepuasan dari interaksi tersebut.
2. *Pseudo Friendship*. Munculnya persahabatan semu antara *fans* dengan karakter media.
3. *Personal Identity*. Identifikasi diri dari apa yang mereka tonton dari karakter media.
4. *Pedoman Tingkah Laku*. Menjadikan apa yang audiens lihat sebagai pedoman berperilaku dalam kehidupan sosial.
5. *Pemirsa Patologis*. Munculnya gejala patologis disebabkan peniruan yang dilakukan audiens.

Interaksi parasosial merupakan fenomena yang terjadi secara umum dalam kehidupan sehari – hari. Secara luas, interaksi parasosial dapat terjadi tidak hanya melalui media atau komunikasi tidak tatap muka, pada komunikasi tatap muka pun dapat terjadi sebuah interaksi parasosial, misalnya saat kuliah atau presentasi di kelas komunikasi tersebut terjadi secara langsung dan tatap muka, namun pembicara dan audiens belum tentu saling mengenal satu sama lain, pada kasus ini dapat dibayangkan terjadi interaksi parasosial antara dosen atau pembicara dengan audiens yang saling tidak mengenal tersebut. Selain itu, interaksi parasosial dapat berkembang menjadi sebuah hubungan antara persona dengan audiens, hubungan tersebut disebut hubungan parasosial.

Hubungan parasosial timbul dari respon dan identifikasi dari audiens kepada selebriti, dibentuk dari interaksi parasosial yang dilakukan secara konstan dan munculnya ketertarikan kepada selebriti dari proses tersebut (Nabi dan Oliver, 2009: 224). Dapat dijelaskan bahwa audiens melihat dan memperlakukan idola mereka sebagai orang yang ‘nyata’ dan melakukan interaksi timbal balik dengan audiens. Hal ini merupakan proses psikologi audiens dalam merespon interaksi parasosial yang mereka lakukan.

Disamping itu, hubungan parasosial dapat dilihat sebagai bentuk perkembangan interaksi parasosial yang mulai menggantikan peran hubungan sosial bagi pelaku atau merupakan bentuk gratifikasi bagi audiens dalam memenuhi kebutuhan hubungan sosial. Efek yang muncul

dari perilaku tersebut adalah munculnya beberapa bentuk hubungan parasosial seperti pertemanan, kekeluargaan, hingga hubungan romantis yang bersifat imajiner. Nabil dan Oliver (2009 : 224) memaparkan bahwa konsep hubungan parasosial menjelaskan keterlibatan audiens dimana mereka terkoneksi secara emosional dan kognitif dengan persona yang muncul di media. yang perlu digarisbawahi adalah bagaimana fenomena hubungan parasosial yang kerap muncul merupakan perilaku yang ditunjukkan oleh penggemar atau fans, oleh karena itu akan menjadi fokus pada penelitian kali ini untuk menjelaskan fenomena hubungan pada fans tersebut.

Hubungan parasosial dapat terbentuk setelah pelaku melakukan kontak dengan sosok media dalam jangka waktu tertentu. Dalam menggali sejauh mana sebuah hubungan terbentuk, ada tiga level dalam hubungan parasosial (McCutcheon et al, 2006) :

- a. *Entertainment – social level*, dimana seseorang mengikuti perkembangan dan pemberitaan dari sosok media dan mencari informasi mengenai sosok media dengan tujuan sebagai hiburan.
- b. *Intense – personal level*, tahap yang lebih dalam dimana seseorang memiliki hubungan yang lebih intensif dengan sosok media. Misalnya, pelaku hubungan menganggap idola sebagai teman dekat, meniru gaya pakaian, atau meniru perilaku dari idola.

c. *Borderline pathological*, tahap paling dalam dari hubungan parasosial dimana pelaku mulai memiliki fantasi obsesif terhadap idola, mengeluarkan uang yang banyak untuk mendapatkan pernak – pernik idola, hingga perilaku ilegal seperti menguntit.

1.6 Operasionalisasi Konsep

1.6.1 Hubungan parasosial pada penggemar Keyakizaka46

Hubungan parasosial pada penggemar Keyakizaka46 hubungan yang terjadi di kalangan remaja dan dewasa awal. Giles (2002: 280) menjelaskan bahwa fungsi utama dari hubungan parasosial adalah sebagai sumber pertemanan alternatif, yang berakar dari “kekurangan” di kehidupan sosial dan dependensi pada televisi.

Hubungan parasosial yang akan diteliti merupakan hubungan yang terbentuk pada seorang *fans*. Seorang *fans* memiliki karakteristik tertentu dalam kegiatan *fandomship* yang dilakukan sehingga menghasilkan pola hubungan parasosial yang berbeda antara satu *fans* dengan *fans* lain, namun masih memiliki beberapa pola yang serupa. Caughey (dalam Giles, 2010) menjelaskan karakteristik dari hubungan imajiner dengan selebriti membentuk pengalaman sosial yang penting dan bermakna. Dalam menggali fenomena parasosial yang terjadi perlu dipahami proses dalam pembentukan sebuah hubungan parasosial. Dalam menjelaskan tahap

pembentukan hubungan parasosial, Gilles (2002) menjelaskan sebuah model, yaitu :

- a. *The Viewing Episode*, tahap dimana seseorang mengonsumsi sebuah media untuk kemudian mengenal atau ‘bertemu’ dengan sosok di media.
- b. *Cognition Process*, tahap saat pelaku memberikan penilaian mengenali sosok media yang ditonton dan sejauh mana pengetahuan pelaku terhadap sosok idola.
- c. *Media Encounters*, pelaku mencoba mengetahui lebih dalam mengenai idola, ditandai dari tiga proses yaitu: a) peniruan perilaku; b) mendiskusikan figur dengan orang lain; dan c) pertemuan lain dengan sosok di media.
- d. *Imagined Interaction*, perilaku interaksi yang dirasa terjadi antara pelaku dengan idola dalam imajinasi pelaku.
- e. *Attempt to Contact*, Pelaku secara aktif berupaya untuk melakukan kontak dengan media baik secara langsung maupun melalui media.

Kegiatan konsumsi media merupakan platform utama dalam hubungan parasosial dengan idola. Dalam penelitian ini, objek parasosial adalah sosok yang berada di negara berbeda sehingga kemungkinan kontak langsung dapat dikatakan sebagai hal yang minim. Oleh karena itu, ritual dalam hubungan parasosial yang terjadi sebagian besar merupakan kegiatan di media. Komunitas juga menjadi salah satu faktor penting

dalam mendukung ritual hubungan yang dilakukan oleh pelaku, karena komunitas merupakan tempat dimana pelaku bertemu dengan orang – orang yang melakukan kegiatan serupa atau memiliki hobi yang sama. McCutcheon (2002) memperkenalkan *absorption – addiction model* untuk menjelaskan proses konsumsi media dalam hubungan parasosial. Model tersebut menjelaskan bahwa seseorang menjalin *celebrity worship* sebagai bentuk kompensasi atas defisiensi dalam kehidupan sosial mereka. Seseorang mencari sebuah kepuasan dari *celebrity worship* menjadikannya fokus pada hubungan parasosial dan mencapai kepuasan dan pemenuhan kebutuhan sehingga mereka menjalin kelekatan yang lebih intensif dalam hubungan tersebut, proses ini dinamakan proses *absorption*. Rasa pemenuhan yang didapatkan dari hubungan parasosial menjadi sebuah *addiction* hingga mendorong seseorang untuk berinvestasi lebih jauh pada hubungan seperti kegiatan konsumtif berlebih hingga perilaku yang lebih beresiko seperti menguntit yang bertujuan agar pelaku merasa lebih dekat dengan idola mereka baik secara mental maupun fisik.

Berdasarkan proses yang dijalani oleh pelaku hubungan akan dapat diketahui seberapa jauh hubungan memengaruhi kehidupan pelaku. Pengaruh yang muncul akan menjelaskan konsekuensi apa saja yang muncul dari hubungan parasosial yang dijalani oleh pelaku.

1.7 Metode Penelitian

1.7.1 Tipe Penelitian

Tipe penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Deskriptif kualitatif sendiri bertujuan untuk menggambarkan, menjelaskan fenomena realitas sosial, dan berupaya menampilkan realitas tersebut sebagai sebuah gambaran, model, ciri, karakter, atau sifat tentang situasi, kondisi, atau sebuah fenomena.

Penelitian ini berusaha untuk menggambarkan dan mendalami fenomena hubungan parasosial pada penggemar Keyakizaka46.

1.7.2 Subjek Penelitian

Penelitian dilakukan dengan subjek yang memiliki kriteria sebagai berikut:

- a. Fans dari Keyakizaka46.
- b. Pernah atau sedang menjalin hubungan parasosial dengan idola tersebut.
- c. Melakukan kegiatan *fandomship* tertentu baik tergabung dalam komunitas atau membuat sebuah *fan-art* dsb.

Terjadi kesulitan dalam menemukan narasumber yang bersedia untuk menceritakan pengalaman hubungan parasosial karena menganggap pengalaman tersebut merupakan hal memalukan, hingga pada akhirnya ditemukan tiga informan yang bersedia untuk melakukan wawancara mengenai pengalaman parasosial yang sedang atau pernah dijalani.

1.7.3 Jenis Data

Jenis data pada penelitian kualitatif berupa teks, perkataan atau simbol-simbol yang merupakan penggambaran atau representasi dari

individu, tindakan dan fenomena dalam kehidupan, termasuk diantaranya adalah transkrip wawancara.

1.7.4 Sumber Data

1.7.4.1 Data Primer

Data primer merupakan data yang didapatkan dari sumber data pertama di lapangan. Sumber data tersebut dapat berasal dari responden atau subjek penelitian dari hasil wawancara dan observasi. Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari wawancara mendalam (*in-depth interview*) yang dapat mendukung peneliti memahami hubungan parasosial pada *fans* Keyakizaka46.

1.7.4.2 Data Sekunder

Merupakan data yang didapatkan dari sumber tambahan antara lain melalui studi pustaka, buku, jurnal, artikel di media massa, dan referensi lain yang dapat memberikan informasi mengenai hubungan parasosial pada *fans* Idol Jepang.

1.7.5 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan wawancara mendalam (*in-depth interview*). Dengan metode ini, fenomena dapat diamati melalui cerita dari sudut pandang orang pertama (subjek). Wawancara dilakukan secara informal, interaktif, dengan menggunakan pertanyaan terbuka. Wawancara dapat dilakukan secara langsung maupun tidak. Dalam melaksanakan

wawancara langsung, perlu dipastikan bahwa tidak ada intervensi dari pihak manapun terhadap informan.

1.7.6 Analisis Data

Teknik analisa data yang digunakan adalah *Interpretative Phenomenological Analysis* (IPA). IPA merupakan pendekatan riset kualitatif yang dilakukan untuk mengkaji bagaimana seseorang memaknai pengalaman mereka (Smith dan Flowers, 2009 : 1). IPA merupakan proses penelitian yang dinamis yang berfokus pada subjektivitas individu. Menurut Smith dan Flowers (2009, 2) penelitian IPA cenderung menyoroti detail – detail seperti eksplorasi, refleksi, persepsi, pemahaman dan pandangan individu atas kehidupan pribadi dan sosialnya. Analisis data teknik IPA memiliki beberapa langkah yaitu :

1. Membaca transkrip berulang - ulang.
2. Pencatatan awal.
3. Mencari tema – tema yang muncul.
4. Mencari tema super-ordinat.
5. Mencari pola antar subjek.
6. Mendeskripsikan tema induk.

1.7.7 Kualitas Data

Uji kualitas data pada penelitian didasari pada beberapa kriteria antara lain (1) kredibilitas; (2) kebergantungan; (3) keteralihan; (4)

kepastian; serta (5) pengecekan anggota (Moleong, 2007:324-327). Teknik pemeriksaan data yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah :

1. Pengecekan Anggota (*members checking*)

Akan dilakukan pengecekan ulang oleh narasumber terhadap data yang dimiliki oleh peneliti untuk memastikan hasil data yang valid. Narasumber juga diminta untuk melakukan pengecekan kembali atas interpretasi yang diberikan oleh peneliti terhadap pengalaman narasumber yang dikaji dalam penelitian ini.