

Makna Interaksi Parasosial dengan Idola K-Pop dalam kehidupan Remaja: Studi Fenomenologi

The Meaning of Parasocial Interaction with K-Pop Idols in Adolescents' Lives: A Phenomenological Study

Elisabeth Novelia Sindy

Program Studi Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Negeri Surabaya

Email: elisabeth.21013@mhs.unesa.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk memahami makna interaksi parasosial antara remaja dengan idola K-Pop dalam kehidupan sehari-hari. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Lima partisipan berusia remaja akhir diwawancarai secara mendalam dan dianalisis secara tematik. Hasil menunjukkan bahwa interaksi parasosial mencakup aspek kognitif, afektif, dan perilaku, serta berperan dalam membentuk identitas dan memberi motivasi. Idola dimaknai sebagai panutan karena adanya kesamaan nilai dan minat. Interaksi ini menjadi ruang reflektif yang mendukung perkembangan diri remaja.

Kata kunci : Interaksi parasosial; remaja; role model

Abstract

This study aims to understand the meaning of parasocial interaction between adolescents and K-Pop idols in their daily lives. A qualitative method with a phenomenological approach was employed. Five late-adolescent participants were interviewed in-depth, and the data were analyzed thematically. The findings indicate that parasocial interaction encompasses cognitive, affective, and behavioral aspects, and plays a role in shaping identity and providing motivation. Idols are perceived as role models due to shared values and interests. This interaction serves as a reflective space that supports adolescents' personal development.

Key word : Parasocial interaction; adolescents; role model

Article History

Submitted :

15-06-2025

Final Revised :

26-06-2025

Accepted :

19-07-2025



This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license

Copyright © 2022 by Author, Published by Universitas Negeri Surabaya

Fenomena interaksi parasosial antara remaja dan idol K-Pop semakin berkembang seiring dengan pesatnya perkembangan media sosial dan *platform* digital lainnya. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh CNNIndonesia.com (22/01), Indonesia menempati peringkat pertama sebagai negara dengan jumlah penggemar K-Pop terbesar di dunia maya pada 2021, berdasarkan laporan *Twitter* yang dirilis pada Januari 2022. Selain memiliki penggemar terbanyak, Indonesia juga menjadi negara paling aktif membicarakan K-Pop di berbagai *platform*, menunjukkan betapa besarnya pengaruh musik K-Pop ini di kalangan masyarakat. K-Pop menarik perhatian lewat perpaduan genre musik populer, koreografi dinamis, visual memukau, serta citra positif para idola (Wulandari et al., 2023). Interaksi parasosial terjadi antara penonton dan tokoh media yang umumnya ditandai dengan perasaan kedekatan emosional. Tokoh media tersebut sering kali tampak ramah dan bersikap layaknya orang pada umumnya sehingga menciptakan kesan hubungan yang akrab bagi *audiens* (Sagita & Kadewandana, 2017). Dalam konteks mendapatkan informasi idola yang dikaguminya, penggemar mendapatkannya melalui media sosial, seperti: Instagram, Twitter, TikTok, YouTube, atau melalui aplikasi *chatting Weverse*, *V Live*, dan *Bubble by Dear U* yang dapat diakses secara gratis, namun terdapat beberapa aplikasi berbayar yang lebih eksklusif demi mendapatkan informasi lebih cepat dan terasa lebih dekat dengan idol. Individu yang terlibat dalam interaksi parasosial menunjukkan beberapa karakteristik tertentu, seperti kurangnya hubungan sosial, tipe kelekatan tertentu, perbedaan individu dalam kemampuan berempati, tingkat *self-esteem*, serta pengaruh jenis kelamin (Dimas Aldi S, 2019).

Interaksi parasosial dapat dipahami secara sederhana sebagai respon yang diberikan individu kepada idolanya, seolah-olah idolanya tersebut hadir di ruangan yang sama dengan individu tersebut. Pada tingkatan tertentu individu dapat merasakan emosi, seperti menangis, tertawa, merasa bahagia, atau berduka bersama idolanya, meskipun yang dihadapinya hanya *photocard* atau objek lain yang tidak benar-benar ada di dalam ruangan tersebut (Esaperdana, 2023). Pengalaman ini dapat tercermin dalam cara penggemar mengonsumsi konten yang terkait dengan selebritas. Penggemar akan tetap berusaha melakukan interaksi dengan idolanya, baik melalui media sosial maupun dengan menunjukkan rasa suka mereka secara terbuka kepada lingkungan sekitarnya. Horton & Wohl (Rahmawati & Hermina, 2024) mengidentifikasi tiga aspek dalam interaksi parasosial, yaitu *empathy*, *perceived similarity* (kesamaan yang dirasakan), dan *physical attraction* (ketertarikan fisik). Sementara itu, Stever (Rahmawati & Hermina, 2024) menambahkan bahwa interaksi parasosial dalam dunia K-Pop dapat muncul dalam berbagai bentuk, seperti *task attraction* (ketertarikan terhadap peran atau tugas), *identification attraction* (ketertarikan berdasarkan identifikasi), dan *romantic attraction* (ketertarikan romantis).

Dalam beberapa penelitian menunjukkan bahwa, interaksi parasosial dapat menjadi sarana pemenuhan kebutuhan sosial, terutama jika interaksi di dunia nyata kurang menarik, serta membantu remaja mengeksplorasi identitas diri, menyalurkan ekspresi, dan mendapatkan inspirasi atau motivasi (Sadasri, 2022). Keberadaan interaksi parasosial dengan idola K-Pop dalam kehidupan remaja dapat membawa dampak positif maupun negatif. Dampak positifnya terlihat dalam bentuk peningkatan rasa percaya diri, motivasi, dan sebagai bentuk pelarian dari masalah pribadi. Namun, dampak negatifnya juga perlu diwaspadai, seperti kecenderungan untuk mengisolasi diri dari dunia nyata (Wardani & Kusuma, 2021). Interaksi parasosial juga dapat memberi ruang bagi remaja untuk mengekspresikan emosi, mencari inspirasi, dan membentuk identitas diri (Cahyani & Purnamasari, 2019).

Interaksi tersebut terbentuk lewat media sosial seperti konser, media sosial, dan konten digital. Penggemar bisa merasakan emosi intens, seperti senang, sedih, hingga empati terhadap idola, meski hubungan bersifat satu arah (Rahmawati & Hermina, 2024). Hal ini berperan penting keterikatan berlebihan atau isolasi sosial (Wardani & Kusuma, 2021). Fenomena ini tidak hanya berpengaruh terhadap perilaku dan identitas sosial remaja, tetapi

juga memiliki dampak psikologis yang mendalam, seperti meningkatkan rasa percaya diri dan motivasi dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk memahami makna dan dinamika interaksi parasosial tersebut dalam konteks kehidupan remaja, serta faktor-faktor yang memengaruhinya. Melalui pendekatan fenomenologi, diharapkan dapat diperoleh gambaran mendalam mengenai pengalaman subjektif penggemar K-Pop dalam menjalin hubungan parasosial ini dan bagaimana hubungan tersebut berkontribusi terhadap perkembangan diri mereka.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Pendekatan ini dipilih untuk menggali secara mendalam pengalaman subjektif remaja akhir dalam memaknai interaksi parasosial dengan idola K-Pop. Metode fenomenologi memungkinkan peneliti memahami bagaimana pengalaman tersebut dirasakan, dipahami, dan diinterpretasikan dalam kehidupan sehari-hari partisipan (Sugiono, 2017).

Partisipan

Partisipan dalam penelitian ini berjumlah lima orang yang dipilih melalui teknik *purposive sampling*, dengan kriteria remaja akhir (usia 18-21 tahun) yang secara intensif mengikuti idola K-Pop melalui berbagai *platform* digital. Mereka memiliki kebiasaan mengonsumsi konten idola, berinteraksi melalui media sosial, dan bahkan mengadaptasi gaya hidup idola.

Prosedur

Rekrutmen partisipan dilakukan dengan bantuan Teknik *snowball* sampling dan keterlibatan awal dibangun melalui pendekatan personal untuk menciptakan rasa percaya. Data diperoleh melalui wawancara semi-terstruktur yang memungkinkan eksplorasi mendalam terhadap pengalaman dan persepsi partisipan. Selain itu, dokumentasi berupa tangkapan layar kegiatan di media sosial partisipan yang mengacu pada kekaguman terhadap idola K-Pop sebagai data pelengkap yang mendukung fenomena yang diamati. Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode analisis tematik menurut Braun dan Clarke (Christou, 2023).

Analisis Data

Proses analisis mencakup enam tahap: (1) familiarisasi dengan data, (2) pengkodean awal, (3) identifikasi dan peninjauan tema, (4) pendefinisian tema, (5) pembuatan diagram konseptual, dan (6) penyusunan laporan. Analisis tematik memungkinkan peneliti untuk mengorganisasi dan menafsirkan data secara sistematis guna menemukan pola dan makna yang relevan dengan tujuan penelitian (Sugiono, 2017). Untuk menjamin validitas dan reliabilitas data, peneliti menggunakan Teknik *member checking* dan Teknik triangulasi. *Member checking* dilakukan dengan meminta partisipan meninjau kembali hasil wawancara, sedangkan triangulasi dilakukan dengan menggabungkan data wawancara, observasi, dan dokumentasi guna memperoleh gambaran yang utuh dan mendalam.

Hasil

Dalam konteks ini, teori interaksi parasosial yang dikemukakan oleh Horton dan Wohl (Esaperdana, 2023) menjelaskan bahwa interaksi parasosial bersifat sepihak dan tidak nyata, disebabkan oleh adanya batasan seperti jarak fisik antara penggemar dan idola. Meskipun demikian, pengalaman tersebut tetap dirasakan sebagai sesuatu yang nyata oleh penggemar, bahkan memberi rasa bangga karena mereka merasa dapat menyalurkan emosi dan mengekspresikan diri kepada sosok idola. Penelitian ini telah mengidentifikasi empat tema

utama dalam interaksi parasosial remaja terhadap idola K-Pop, yaitu respon kognitif, afektif, perilaku, dan faktor-faktor yang memengaruhi makna interaksi parasosial. Temuan ini diperoleh dari wawancara mendalam terhadap lima partisipan yang merupakan penggemar aktif K-Pop pada usia remaja akhir.

Respon kognitif mencerminkan bagaimana partisipan memproses informasi mengenai idola mereka. Hal ini ditunjukkan melalui perhatian khusus terhadap aktivitas idola, pemahaman terhadap karya dan kepribadian idola, serta usaha membangun relasi imajinatif antara diri dan figur idola. Partisipan membentuk persepsi dan makna tertentu dari apa yang mereka lihat melalui media sosial dan pengalaman tersebut mengaktifkan penilaian, kenangan pribadi, dan perbandingan dengan diri sendiri.

“personal brandingnya yang full energy, yang ga gampang menyerah, yang selalu bikin temen-temennya happy, pokoknya yang menyenangkanlah dan pekerja keras kak dan ya itu yang secara ga langsung bikin aku mencontoh dia kalo ada sesuatu tuh harus dihadapi jangan keburu down dulu.” I

“[...] aku suka banget nih sama orang itu Rose Blackpink karena kenapa aku suka sama dia tuh karena yang pertama dia adalah main vocal di grup itu, jadi karena aku juga suka nyanyi jadi aku langsung ‘aduh suka banget sama cewe ini’ gitu kak. Kadang aku suka liat dan perhatikan teknik dia nyanyi, jadi aku perhatikan dia sambil langsung kau praktekin buat cover-cover lagu.” Y

Mereka merasa termotivasi oleh nilai-nilai seperti kerja keras, semangat, dan kreativitas yang ditampilkan oleh idola. Dalam beberapa kasus, partisipan juga menginternalisasi nilai-nilai ini sebagai bagian dari identitas diri.

Respon afektif, partisipan menunjukkan keterlibatan emosional yang kuat terhadap idola. Mereka merasakan bangga, terharu, sedih, dan bahkan cemas terhadap kondisi fisik atau tekanan sosial yang dialami oleh idola. Empati ini mendorong partisipan untuk memberikan dukungan emosional melalui media sosial atau interaksi digital lainnya.

“penghargaan NCT gila banyak banget sih dan setiap mereka dapet penghargaan itu selalu ada rasa senang, bangga, terus terharu juga. Perasaan itu karena liat perjuangan mereka dan yaa musik mereka, performance mereka juga gila total banget jadi layak banget buat dapetin itu semua. Kadang kalo mereka dapet penghargaan tuh suka aku posting di Instagram [...]” K

“tentunya ketika melihat Rose mendapatkan penghargaan-penghargaan sangat-sangat bangga menjadi salah satu fansnya dia gitu loh kak [...] lagu dia dengan Bruno Mars juga mendapatkan penghargaan masuk kalo gak salah tuh 50 lagu paling sering diputar sampe iu kayak aku bener-bener aku sampe nge-repost postingan itu, kayak langsung ikut bahagia gitu kak.” Y

Konten yang diunggah oleh idola sering kali menjadi sumber hiburan ketika partisipan merasa sedih, stres, atau mengalami tekanan akademik. Dalam hal ini, idola berfungsi sebagai figur yang memberikan ketenangan emosional dan menjadi pelarian dari kondisi emosional yang tidak stabil.

“[...] biasanya kalo ngerasa down atau lagi gak butuh siapa-siapa atau gimana biasanya liat-liat kontennya mereka sih, kayak konten-kontennya yang lama karena NCT itu grup yang banyak terus dibagi-bagi juga, jadi kadang agak ngerasa ada yang kosong gitu loh kalo semisal dari mereka ada yang gak lengkap tapi dari situ aku bisa ngisi kekosongan itu lewat konten-kontennya.” K

Tindakan mengagumi tersebut secara tidak langsung juga membentuk jati diri partisipan, sehingga partisipan menjadikan idola mereka sebagai role model. Keteladanan ini bukan hanya berdasarkan prestasi idola dalam bermusik, tetapi juga pada sikap hidup, kerja keras, dan nilai-nilai yang tercermin dalam kepribadian serta karya yang idola hasilkan.

“Personal brandingnya yang full energy, yang ga gampang menyerah, yang selalu bikin temen-temennya happy, pokoknya yang menyenangkanlah dan pekerja keras [...] itu yang secara ga langsung bikin aku mencontoh dia.” I

“Iya aku jadiin dia idola dan panutanku dalam bernyanyi karena suaranya tuh bener-bener unik banget dan yang menganggap suara Rose unik itu bukan hanya aku yang sebagai fansnya tapi juga orang-orang awam.” Y

Respon perilaku terlihat tindakan nyata yang dilakukan partisipan dalam kehidupan sehari-hari. Beberapa meniru gaya berpakaian, teknik vocal, atau kebiasaan idola sebagai bentuk kekaguman dan identifikasi. Mereka juga membangun komunikasi simbolis melalui platform seperti Instagram, Bubble, atau Weverse.

“kalo aku sih lebih tertarik sama fashionnya ya kayak fashion-fashionnya mereka tuh bagus-bagus aja gitu.” D

“ya kalo dari asbun-asbunnya karena ya menghibur gitu kak, saya juga pengen menghibur teman-teman saya, terus kalo tentang friendshipnya saya juga pengen jadi temen yang baik.” N

Pembahasan

Interaksi parasosial ini bersifat satu arah dan semu, namun tetap dirasakan nyata dan bermakna oleh penggemar karena memberi ruang untuk mengekspresikan diri secara emosional (Esa perdana, 2023). Temuan menunjukkan bahwa interaksi parasosial tidak sekedar hiburan, melainkan pengalaman psikologis yang membentuk kelekatan emosional dan identifikasi diri. Dalam kondisi stres atau tekanan akademik, keseharian idola dirasakan memberi kenyamanan dan semangat. Seperti diungkapkan partisipan, mereka merasa lebih dimengerti dan terinspirasi oleh sosok idola melalui konten yang mereka nikmati setiap hari.

Dalam konteks ini, teori interaksi parasosial dari Horton dan Wohl (Esa perdana, 2023) menekankan bahwa interaksi parasosial sifatnya semu dan satu arah karena adanya berbagai keterbatasan antara penggemar dan idola, seperti jarak. Meski semu, pengalaman ini terasa nyata bagi penggemar dan bahkan merasakan kebanggaan karena mereka dapat berbagi perasaan dan mengekspresikan diri terhadap idolanya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa interaksi parasosial bukan hanya bentuk hiburan pasif, melainkan pengalaman psikologis yang membentuk keterikatan dan identifikasi diri. Para partisipan menjelaskan bagaimana mereka merasa dimengerti, terhibur, bahkan termotivasi oleh kehadiran sang idola, terutama dalam momen-momen personal seperti saat merasa sedih, stres, atau mengalami tekanan akademik. Dalam kondisi tersebut, mereka tidak sekedar menikmati musik atau konten sang idola, melainkan mengalami kelekatan emosional yang memberikan rasa nyaman dan ketenangan. Hal ini selaras dengan apa yang diungkapkan oleh (Wardani & Kusuma, 2021), bahwa interaksi parasosial melibatkan simulasi percakapan yang mampu membangun ilusi keintiman antara penggemar dan tokoh media.

Pada aspek afektif, partisipan menunjukkan berbagai emosi seperti rasa bangga, haru, sedih, bahkan cemas terhadap kondisi fisik dan tekanan sosial yang dialami idola mereka. Mereka turut merasakan suka cita saat idola memperoleh penghargaan dan kecewa atau khawatir saat idola menerima komentar negatif atau menjalani diet ekstrem. Hal ini menggambarkan respons simpati, empati, dan kognisi emosional sebagaimana digambarkan dalam proses afektif interaksi parasosial oleh Horton & Wohl (Rahmawati & Hermina, 2024).

Secara kognitif, para partisipan menunjukkan ketertarikan yang kuat terhadap kehidupan idola. Mereka secara aktif mencari informasi tentang idola, mengikuti aktivitasnya, dan bahkan memahami kepribadian atau gaya hidup idola melalui konten yang

dikonsumsi. Beberapa di antara mereka juga merasa memiliki *perceived similarity* dengan idola, baik dalam hal kepribadian, selera musik, maupun pengalaman emosional. Konsep ini sejalan dengan penjelasan Horton & Wohl bahwa penggemar sering kali merasakan adanya kesamaan psikologis dengan figur yang dikagumi (Rahmawati & Hermina, 2024). Lebih jauh, keterlibatan ini mendorong mereka untuk membentuk *construction of relations* antara diri dan idola, seperti membayangkan menjadi sahabat idola. Hal ini termasuk dalam bentuk manifestasi dari identifikasi dan proyeksi psikologis, di mana individu memproyeksikan harapan, nilai, bahkan citra ideal ke dalam figur idola (Sadasri, 2022).

Secara perilaku, interaksi parasosial tercermin dari tindakan nyata partisipan. Mereka meniru gaya berpakaian, kebiasaan, bahkan teknik bernyanyi idola. Beberapa mencoba menjalin komunikasi melalui media sosial dengan meninggalkan komentar, langganan *Bubble*, hingga membagikan ulang konten idola. Bentuk-bentuk ini sesuai dengan respons *non-verbal*, *paraverbal*, dan *behavioral intentions* dalam model interaksi parasosial (Wardani & Kusuma, 2021). Selain itu, para partisipan menunjukkan keinginan untuk bertemu idola secara langsung. Meskipun disadari bahwa hubungan ini bersifat satu arah dan mustahil untuk diwujudkan sepenuhnya, mereka tetap menyimpan harapan untuk berada dalam satu *atmosfer* yang sama dengan idola, seperti menonton konser atau menghadiri *fan meeting*. Keinginan ini tidak hanya bersifat emosional, tetapi juga sebagai bentuk simbolis dari kelekatan yang dirasakan.

Dalam perjalanannya semua partisipan secara sadar dan meyakini adanya batas-batasan yang dapat menjadi “rem” bagi mereka dalam mengagumi idola. Para partisipan menyadari betul tentang sadar diri sebagai fans yang menghargai adanya kehidupan privasi dari idola yang tidak bisa terlalu diikuti. Salah satu hal yang dapat menjadi “rem” bagi partisipan, yaitu mereka menyadari bahwa dirinya masih menjadi mahasiswa yang harus bertanggung jawab akan pendidikannya sehingga tidak ingin terlalu masuk lebih jauh mengenai kehidupan idola dan lebih menjadi penggemar yang mendukung karya-karya dari sang idola. Hal ini menjadi point penting bahwa pemaknaan interaksi parasosial ini bukan hanya sebagai bentuk pelarian tanpa arah, tetapi sebagai sumber semangat yang tetap dikendalikan secara sadar. Penggemar bukan berarti kehilangan kendali atas hidup pribadi, melainkan justru menjadi pengalaman yang bisa memberi motivasi positif selama penggemar tetap memahami batasannya.

Hal yang ditemukan selama pengambilan data dan pengolahan data dari penelitian ini adalah bahwa para partisipan secara kolektif memaknai idola mereka sebagai *role model* dalam kehidupan. *Role model* merupakan individu yang perilakunya ditiru atau dijadikan contoh oleh orang lain. Figur *role model* ini memiliki pengaruh besar hingga mampu memberikan dampak signifikan terhadap tingkah laku atau kebiasaan seseorang. Dalam proses *modeling*, yang paling penting adalah kemampuan individu untuk meniru perilaku yang diamati atau menggeneralisasikannya ke dalam bentuk yang lebih luas (Ghani et al., 2023).

Keteladanan ini mencakup kerja keras, semangat pantang menyerah, keberanian mengekspresikan diri, serta kesetiaan terhadap teman atau komunitas. Seperti halnya partisipan pertama dan ke-tiga mengagumi kepribadian idola yang penuh energi dan pekerja keras, sementara partisipan ke-dua terinspirasi oleh bentuk persahabatan yang hangat antar anggota grup. Kemudian partisipan ke-empat mengagumi idolanya karena merasa memiliki kesamaan *genre* musiknya. Sedangkan partisipan ke-lima menjadikan idola sebagai panutan dalam bermusik, sementara partisipan ke-empat merasa bahwa selera musik dan nilai seni yang dimiliki idola merefleksikan dirinya sendiri. Temuan ini menggambarkan bahwa adanya

faktor *identification attraction*, *romantic attraction*, dan *task attraction* sebagaimana terdapat dalam (Widiastuti et al., 2020) menjadi pemicu utama dalam pembentukan interaksi parasosial yang bermakna.

Makna idola sebagai panutan juga tidak bisa dilepaskan dari konteks usia partisipan yang berada di fase remaja akhir, menurut teori psikososial Erikson (Wulandari et al., 2023) masa remaja merupakan masa pencarian identitas (*identity vs identity confusion*), di mana individu berusaha menemukan jati dirinya melalui eksplorasi nilai, peran, dan figur yang dapat mereka teladani. Dalam hal ini, figur idola berfungsi sebagai model ideal yang membantu mereka menyusun narasi hidup dan tujuan pribadi. Figur *role model* juga memiliki peran penting bagi individu yang sedang berada dalam fase pencarian jati diri. Dengan kata lain, *role model* berkontribusi dalam membantu individu mengenali dan membentuk identitas diri mereka (Ghani et al., 2023). Interaksi parasosial ini menjadi ruang reflektif tempat remaja mengeksplorasi nilai, menemukan kenyamanan emosional, dan mengembangkan identitas melalui interaksi semu namun bermakna dengan figur media. Sebagaimana dikemukakan oleh Hoffner (Alisya et al., 2023), interaksi semacam ini dapat berdampak positif dalam bentuk perilaku dan memperkuat identitas, selama relasi tersebut tetap berada dalam batas sehat.

Kesimpulan

Hasil penelitian mengindikasikan bahwa interaksi parasosial pada penggemar K-Pop berpengaruh signifikan terhadap aspek emosional, loyalitas, dan identitas sosial mereka. Media sosial berperan sebagai mediator utama dalam memperkuat hubungan tersebut. Fenomena ini menunjukkan dinamika baru dalam membentuk hubungan sosial dan psikologis di era digital, khususnya bagi remaja yang menjadi kelompok utama penggemar K-Pop. Dengan pendekatan yang terbuka, orang tua dan pendidik dapat membantu remaja mengambil nilai-nilai positif dari idola, sekaligus membimbing mereka agar dapat mengelola hubungan ini secara sehat.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan. Pertama, bagi para remaja, diharapkan tetap menyadari batas antara kenyataan dan imajinasi ketika menjalin hubungan parasosial dengan idola K-Pop. Remaja sebaiknya menjadikan idola sebagai sumber inspirasi dan motivasi, namun tetap kritis dalam menanggapi konten media dan tidak menjadikan hubungan ini sebagai pelarian yang berlebihan. Kedua, bagi orang tua dan pendidik, penting untuk memahami ketertarikan remaja terhadap idola secara terbuka dan mendukungnya sebagai sarana membangun komunikasi yang positif.

Daftar Pustaka

- Alisya, V., Nurhayati, S., & Febrianno Boer, R. (2023). Study Of Parasocial Interaction Between Bangtan Boys (BTS) And Army In Indonesia: The Meaning Of One-Way Closeness Between Fans And Idols. *Interdisciplinary Journal and Hummanity (INJURITY)*, 2(5), 401–414. <https://doi.org/10.58631/injury.v2i5.70>
- Cahyani, D., & Purnamasari, Y. (2019). Celebrity Worship on Early Adult K-Pop Fangirling. 304(Acpch 2018), 167–170. <https://doi.org/10.2991/acpch-18.2019.41>
- Christou, P. A. (2023). How to use thematic analysis in qualitative research. *Journal of Qualitative Research in Tourism*, 3(2), 79–95. <https://doi.org/10.4337/jqrt.2023.0006>
- Esa perdana, K. (2023). A Descriptive Analysis of Parasocial Interactions of Korean-

- Pop Fans on Indonesian Social Media. *Indonesian Journal of Contemporary Multidisciplinary Research*, 2(5), 859–872.
<https://doi.org/10.55927/modern.v2i5.5523>
- Ghani, R. A., Saripah, I., & Nadhirah, N. A. (2023). Role Model Siswa Dalam Penentuan Karir Remaja. *Jurnal Educatio FKIP UNMA*, 9(1), 123–130.
<https://doi.org/10.31949/educatio.v9i1.4118>
- Rahmawati, I. C., & Hermina, C. (2024). Interaksi Parasosial pada Penggemar K-Pop di Kalimantan Selatan. *Jurnal Psikologi*, 1(4), 15.
<https://doi.org/10.47134/pjp.v1i4.2821>
- Sadasri, L. M. (2022). Parasocial Relationship with Celebrities (A Qualitative Study on the Use of Fandom Applications). *Jurnal Studi Pemuda*, 10(2), 147.
<https://doi.org/10.22146/studipemudaugm>
- Sagita, A., & Kadewandana, D. (2017). Hubungan parasosial di media sosial: Studi pada fandom Army di Twitter. *CoverAge*, 8(1), 45–58.
- Sugiono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Issue January).
- Wardani, E. P., & Kusuma, R. S. (2021). INTERAKSI PARASOSIAL PENGGEAR K-POP DI MEDIA SOSIAL (Studi Kualitatif pada Fandom Army di Twitter). *Bricolage : Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 7(2), 243.
<https://doi.org/10.30813/bricolage.v7i2.2755>
- Widiastuti, R., Mawarpury, M., Sulistyani, A., & Khairani, M. (2020). The Relationship between Celebrity Worship and Parasocial Interaction on Emerging Adult. *January 2019*, 90–94. <https://doi.org/10.5220/00094380009000094>
- Wulandari, K., Sugandi, & Hairunnisa. (2023). Interaksi parasosial dan tingkat loyalitas konsumen remaja akhir penggemar korean pop (k-pop) di samarinda. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(2), 2160–2172.
<https://doi.org/https://doi.org/10.37385/msej.v4i3.1830>