

Hubungan Antara *Parasocial Relationship* dengan *Subjective Well-Being* Pada Penggemar K-Pop

The Relationship between Parasocial Relationship and Subjective Well-Being among K-Pop Fans

Layyina Sadira*

Program Studi S1 Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Negeri Surabaya

Email: layyina.21101@mhs.unesa.ac.id

Nanda Audia Vrisaba

Program Studi S1 Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Negeri Surabaya

Email: nandavrisba@unesa.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *parasocial relationship* dan *subjective well-being* pada penggemar K-Pop di usia *emerging adulthood* (18–29 tahun). *Parasocial relationship* merupakan hubungan satu arah yang dirasakan oleh penggemar terhadap idolanya, sedangkan *subjective well-being* merupakan penilaian kognitif dan afektif individu terhadap kehidupannya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif korelasional dengan teknik *purposive sampling* dan melibatkan 120 responden anggota grup KPOPERS JATIM Surabaya. Data dikumpulkan melalui kuesioner *Parasocial Relationship Scale* dan skala *Subjective Well-Being*, yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Hasil uji *Pearson* menunjukkan terdapat hubungan positif dan signifikan antara *parasocial relationship* dan *subjective well-being* dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,477 dan signifikansi 0,000 ($p < 0,05$). Temuan ini menunjukkan bahwa semakin kuat hubungan parasosial seseorang dengan idolanya, semakin tinggi kesejahteraan subjektif yang dirasakan.

Kata kunci : Hubungan parasosial; kesejahteraan subjektif; penggemar k-pop

Abstract

This study aims to examine the relationship between *parasocial relationship* and *subjective well-being* among K-Pop fans in the *emerging adulthood* age range (18–29 years). A *parasocial relationship* refers to a one-sided emotional bond experienced by fans toward their idols, while *subjective well-being* are individuals cognitive and affective evaluations of their lives. This research used a quantitative correlational method with *purposive sampling*, involving 120 respondents from the KPOPERS JATIM Surabaya community. Data were collected using the *Parasocial Relationship Scale* and *Subjective Well Being Scale*, both of which were tested for validity and reliability. Pearson correlation analysis showed a positive and significant relationship between *parasocial relationship* and *subjective well-being*, with a correlation coefficient of 0.477 and a significance level of 0.000 ($p < 0.05$). These findings indicate that the stronger a fan's *parasocial relationship* with their idol, the higher their *subjective well-being*.

Keywords : *Parasocial relationship*; *subjective well-being*; *k-pop fans*

Article History	*corresponding author
Submitted : 17-07-2025 Final Revised : 21-07-2025 Accepted : 23-07-2025	This is an open access article under the CC-BY-SA license Copyright © 2022 by Author, Published by Universitas Negeri Surabaya

Kesejahteraan (*well-being*) merupakan aspek fundamental dalam kehidupan manusia yang mencerminkan kualitas hidup seseorang secara menyeluruh (Voukelatou dkk., 2021). Kesejahteraan tidak hanya menjadi indikator dalam menilai kesehatan masyarakat tetapi juga dianggap sebagai fondasi terciptanya masyarakat yang berkelanjutan (Das dkk., 2020). Individu menilai kesejahteraan tidak hanya dari aspek objektif seperti ekonomi dan kesehatan fisik, tetapi juga dari perspektif subjektif yang mencerminkan kebahagiaan dan kepuasan hidup (William dkk., 2022).

Konsep *subjective well-being* menekankan bahwa kesejahteraan seseorang bergantung pada pengalaman emosional serta evaluasi pribadi terhadap kehidupan (Diener dkk., 2018). Berbeda dengan pendekatan yang mengukur kesejahteraan berdasarkan faktor eksternal tertentu, *subjective well being* lebih menekankan pada bagaimana individu menilai kehidupannya berdasarkan standar dan prioritas yang mereka anggap penting (Das dkk., 2020).

Subjective well-being didefinisikan sebagai evaluasi kognitif dan afektif seseorang terhadap hidup secara keseluruhan (Diener dkk., 2009). Evaluasi tersebut terdiri dari tiga komponen utama, yaitu *life satisfaction* (kepuasan hidup), yang merupakan evaluasi kognitif individu terhadap pencapaian hidup secara keseluruhan, afek positif, yang mencakup pengalaman atau emosi yang menyenangkan, dan afek negatif, yaitu pengalaman emosi yang tidak menyenangkan (Eid & Diener, 2004).

Subjective well-being memiliki peran penting karena pendekatan ini memungkinkan individu untuk secara pribadi menentukan apa yang mereka anggap sebagai kehidupan yang baik serta mengevaluasi apakah hidup yang mereka miliki mempunyai makna atau tidak (Diener dkk., 2009). Konsep ini menekankan bahwa kesejahteraan seseorang hanya dapat diakui ketika individu tersebut secara subjektif merasa bahagia dan puas dengan hidupnya.

Pada masa *emerging adulthood* proses pencarian makna hidup dan definisi kebahagiaan menjadi proses yang penting (Nelson, 2020). Fase ini digambarkan sebagai masa transisi perkembangan dari remaja akhir menuju kedewasaan awal, yang berada pada rentang usia 18 hingga 29 tahun (Arnett dkk., 2014). Pada fase *emerging adulthood*, individu cenderung mengalami perubahan signifikan dalam aspek karier, hubungan sosial, dan stabilitas emosional (Arnett dkk., 2014). Periode ini juga dianggap sebagai masa eksplorasi, di mana individu mencoba berbagai hal, mengambil risiko, serta membentuk identitas diri (Nelson, 2020). Berbagai tantangan yang muncul membuat individu dalam fase ini rentan terhadap tekanan psikologis (Mardhatillah & Ningsih, 2023).

Kondisi tersebut mendorong individu untuk mencari dukungan emosional dari berbagai sumber yang dirasa mampu memberikan kenyamanan dan rasa terkoneksi secara emosional. Sumber dukungan ini dapat berupa dukungan dalam hubungan interpersonal, seperti keluarga, teman sebaya, pasangan romantis, maupun lingkungan sosial terdekat (Brito & Soares, 2023). Pada era digital saat ini, dukungan emosional tidak lagi terbatas pada interaksi langsung secara fisik. Dukungan tersebut juga dapat ditemukan melalui hubungan yang terjalin secara online, termasuk hubungan dengan komunitas daring maupun kepada figur publik melalui media sosial, seperti menggemari K-Pop. Aktivitas seperti mengikuti konten idol, berpartisipasi dalam

komunitas, hingga menghadiri konser dapat memberikan semangat, inspirasi, serta rasa memiliki (Hoffner & Bond, 2022). Data dari IDN Times yang menunjukkan bahwa kelompok usia 15-25 tahun keatas merupakan segmen terbesar penggemar K-Pop di Indonesia, yakni sebesar 38,1% untuk usia 15–20 tahun, 40,7% untuk usia 20–25 tahun, dan 11,9% untuk usia di atas 25 tahun (Almaida dkk., 2021).

Peneliti melakukan studi pendahuluan berupa survei kepada 20 penggemar K-Pop. Berdasarkan hasil survei mengenai faktor yang memengaruhi *subjective well-being* pada penggemar K-Pop, ditemukan bahwa sebanyak 20 penggemar K-Pop mengaku kebahagiaan diri mereka dipengaruhi oleh faktor emosional dan sosial yang berkaitan dengan aktivitas *fandom*. Sebanyak 80% responden menyatakan bahwa suasana hati mereka dapat dipengaruhi oleh aktivitas atau kabar terbaru dari idola mereka. Sebanyak, 70% responden mengalami peningkatan semangat atau motivasi setelah menonton konten idola, namun 85% responden juga mengaku mengalami perasaan tertekan atau cemas ketika tidak bisa mengikuti aktivitas idola seperti comeback, konser, atau konten eksklusif.

Peneliti juga melakukan studi pendahuluan berupa wawancara kepada sejumlah penggemar K-Pop untuk memperdalam pemahaman terhadap fenomena ini. Hasil wawancara menunjukkan bahwa keterlibatan dalam dunia K-Pop memberikan dampak emosional yang bermakna. Mayoritas responden menyatakan bahwa menjadi penggemar K-Pop membawa kebahagiaan, meningkatkan motivasi, dan membantu mereka menemukan makna hidup yang lebih positif. Musik dan figur idola menjadi sumber inspirasi, baik dalam membangkitkan semangat belajar maupun sebagai dorongan untuk bekerja keras mencapai impian. K-Pop juga dianggap sebagai bentuk pelarian dari kesedihan dan kejenuhan. Salah satu responden menyampaikan bahwa tanpa K-Pop, dirinya mungkin akan merasa lebih murung dan kehilangan semangat dalam menjalani hari-hari.

Pengalaman-pengalaman tersebut menunjukkan bahwa keterlibatan dalam fandom berkontribusi terhadap aspek-aspek *subjective well-being*, seperti munculnya afek positif dan rasa puas terhadap hidup. Meskipun tidak terjadi interaksi langsung antara penggemar dan idola, hubungan yang terbentuk bersifat emosional dan personal, memberikan rasa dekat dan dimengerti.

Perasaan emosional tersebut merupakan bentuk dari *parasocial relationship*. *Parasocial relationship* merupakan hubungan satu arah antara penggemar dan figur publik seperti selebriti, yang ditandai dengan keterlibatan emosional meskipun tanpa adanya interaksi timbal balik (Horton & Wohl, 1956). *Parasocial relationship* bisa memberikan perasaan koneksi dan dukungan emosional, tetapi juga dapat menimbulkan ketergantungan emosional, rasa kehilangan, serta perubahan emosi saat terjadi peristiwa terkait idol, seperti skandal, hiatus, atau perubahan citra publik (Kim & Kim, 2020; Siegenthaler dkk., 2023).

Parasocial relationship tidak hanya berperan sebagai relasi satu arah yang bersifat hiburan, tetapi juga menjadi sarana untuk memenuhi kebutuhan emosional yang esensial dalam membentuk *subjective well being* (Krouse, 2024). Pada aspek kognitif, *parasocial relationship* berkontribusi terhadap peningkatan *life satisfaction* karena mampu memenuhi kebutuhan akan *relatedness*, yaitu perasaan terhubung secara emosional dengan orang lain (Eid & Diener, 2004). Perasaan keterikatan ini terbentuk melalui kedekatan emosional yang dibangun penggemar dengan figur publik seperti idol K-Pop. Rasa memiliki (*belongingness*) terhadap komunitas *fandom*, serta validasi identitas diri melalui nilai-nilai yang direpresentasikan oleh sang idola, juga turut mendorong individu untuk melakukan evaluasi hidup yang lebih positif (Hartmann, 2016).

Parasocial relationship juga berkontribusi terhadap kesejahteraan subjektif dengan cara meningkatkan afek positif dan menurunkan afek negatif. Konsumsi konten yang menampilkan idol dapat memicu emosi menyenangkan seperti kegembiraan, semangat, dan rasa nyaman (Hoffner & Bond, 2022). Hubungan parasosial mampu memberikan kepuasan emosional

karena otak merespons keterlibatan tersebut layaknya hubungan sosial nyata, memunculkan rasa senang dan keterpenuhan emosional (Claessens & Van Den Bulck, 2015). *Parasocial relationship* juga berperan sebagai mekanisme *escapism*, yakni bentuk pelarian psikologis dari tekanan, stres, atau kesepian yang dialami dalam kehidupan sehari-hari (Krouse, 2024).

Berbagai temuan menunjukkan bahwa *parasocial relationship* dan *subjective well-being* saling berhubungan. Hoffner (2022) dalam penelitiannya menyatakan bahwa *parasocial relationship* berperan sebagai pengganti hubungan sosial yang nyata, khususnya dalam memenuhi kebutuhan akan koneksi emosional dan perasaan memiliki. Krouse (2024) menyatakan bahwa *parasocial relationship* memiliki dampak terhadap *subjective well-being*, terutama dalam memberikan rasa dukungan sosial dan membantu mengurangi suasana hati negatif. Studi lain menunjukkan bahwa individu memandang hubungan parasosial sebagai sarana yang efektif untuk mengelola emosi. Ketika seseorang merasa stres, cemas, atau kesepian, keterlibatan dengan figur idola dapat memberikan rasa tenang, kenyamanan emosional, serta ilusi koneksi sosial. Hubungan ini juga memberi perasaan dihargai dan dimengerti, terutama saat penggemar merasa bahwa pesan atau perilaku idola sejalan dengan perasaan mereka (Lotun dkk., 2024). Pengalaman emosional positif ini pada akhirnya berkontribusi dalam meningkatkan *subjective well-being*, karena individu merasa lebih bahagia, puas, dan secara emosional terpenuhi, meskipun tanpa ada interaksi secara langsung dengan idola.

Temuan serupa muncul pada konteks penggemar K-Pop, khususnya pada penggemar BTS. Penelitian Kim (2023) menunjukkan bahwa interaksi aktif penggemar di platform digital seperti Weverse, di mana artis dan penggemar dapat berkomunikasi secara tidak langsung melalui postingan, komentar, atau pesan pribadi dari idol, memperkuat kedekatan emosional yang bersifat parasosial. Kedekatan ini memberikan rasa keterhubungan yang mendalam, sehingga penggemar merasa didengar, diperhatikan, dan menjadi bagian dari komunitas yang memiliki tujuan dan ketertarikan yang sama. Pengalaman emosional positif ini terbukti berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan mental, termasuk menurunnya perasaan kesepian, meningkatnya rasa bahagia, serta munculnya motivasi dalam menjalani kehidupan sehari-hari.

Berbagai penelitian tersebut menunjukkan adanya hubungan antara *parasocial relationship* dan *subjective well-being*, terutama di kalangan penggemar K-Pop pada usia *emerging adulthood*. Hubungan ini memberikan dukungan emosional yang dianggap aman dan penuh makna. Sebagian besar penelitian sebelumnya dilakukan dalam latar budaya barat, belum banyak yang membahas bagaimana hubungan satu arah dengan idola terjadi di kalangan penggemar K-Pop di Indonesia. Padahal, K-Pop memiliki basis penggemar yang besar di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menguji korelasi antara variabel *parasocial relationship* dan *subjective well-being*.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang menekankan pada pengukuran objektif terhadap fenomena yang diamati (Sugiyono, 2023). Metode ini digunakan karena sesuai dengan tujuan penelitian yang ingin mengetahui hubungan antara dua variabel secara objektif, terukur, dan dapat dianalisis secara statistik. Pendekatan kuantitatif cocok diterapkan apabila rumusan masalah sudah jelas dan data yang dibutuhkan dapat dikumpulkan dari populasi yang luas, baik secara keseluruhan maupun melalui sampel yang mewakili populasi (Sugiyono, 2023). Pendekatan kuantitatif memungkinkan peneliti untuk mengukur hubungan parasosial dan *subjective well-being* pada penggemar K-Pop secara sistematis.

Desain penelitian yang dipilih adalah penelitian non-eksperimental dengan dengan metode penelitian korelasi. Penelitian korelasi adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk

mengetahui adanya hubungan atau keterkaitan antara variabel independen dan variabel dependen (Jannah, 2018). Metode korelasi digunakan untuk melihat apakah terdapat hubungan yang signifikan antara hubungan parasosial yang dirasakan penggemar K-Pop terhadap idolanya dengan kesejahteraan subjektif yang mereka alami.

Sampel / Populasi

Populasi merujuk pada kelompok objek atau subjek yang memenuhi karakteristik tertentu dan menjadi fokus analisis dalam suatu penelitian (Sugiyono, 2023). Populasi dalam penelitian ini mencakup individu dengan rentang usia 18-29 tahun yang menjadi penggemar K-Pop Idol pada grup KPOPERS JATIM Surabaya yang berjumlah 255 orang. Seseorang dikategorikan sebagai penggemar ditentukan berdasarkan lamanya individu menggemari idol K-Pop serta keikutsertaan dalam komunitas penggemar. Kedua indikator tersebut digunakan karena dianggap mampu merepresentasikan keterlibatan dan kedekatan individu dengan idol, yang menjadi dasar penting dalam pembentukan hubungan parasosial.

Sampel merupakan bagian representatif dari populasi yang dijadikan sumber data dalam penelitian, dengan karakteristik dan jumlah tertentu yang disesuaikan dengan populasi (Sugiyono, 2023). Sampel diambil menggunakan *non-probability sampling*, yakni metode pengambilan sampel yang tidak menjamin peluang setara bagi setiap individu dalam populasi untuk masuk ke dalam sampel (Sugiyono, 2023). Metode pemilihan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu metode pemilihan sampel yang dilakukan berdasarkan keputusan dan pertimbangan peneliti, dengan keyakinan bahwa sampel yang dipilih telah mencerminkan seluruh karakteristik yang diperlukan sebagai subjek dalam penelitian (Jannah, 2018). Responden dalam penelitian ini dipilih berdasarkan kriteria berikut:

- a. Menggemari K-Pop minimal selama 1 tahun
- b. Anggota dari grup KPOPERS JATIM Surabaya
- c. Berusia 18-29 tahun

Berdasarkan perhitungan menggunakan perangkat lunak GPower, jumlah sampel yang dibutuhkan untuk mencapai kekuatan statistik (*power*) sebesar 0,80 dan tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$ adalah 40 responden. GPower digunakan karena merupakan alat analisis andal dan banyak digunakan dalam penelitian kuantitatif untuk menentukan ukuran sampel yang memadai berdasarkan parameter statistik tertentu, sehingga keputusan pengambilan sampel dapat dilakukan secara objektif dan terukur.

Perhitungan ini dilakukan dengan mengasumsikan nilai koefisien korelasi (ρ H1) sebesar 0,3847, yang diperoleh dari koefisien determinasi ($R^2 = 0,148$) pada penelitian sebelumnya yang menguji hubungan parasosial dengan kesejahteraan subjektif. Hasil dari perhitungan menunjukkan bahwa dengan 40 responden, hubungan signifikan dapat terdeteksi pada tingkat $\alpha = 0,05$ dengan *power* 0,80. Jumlah responden yang berhasil diperoleh melebihi kebutuhan minimal, yaitu sebanyak 120 responden, sehingga diharapkan dapat meningkatkan kekuatan temuan yang diperoleh.

Pengumpulan Data

Pada penelitian ini data dikumpulkan menggunakan kuesioner melalui *Google Form*. Kuesioner adalah alat pengumpulan data berupa serangkaian pertanyaan atau pernyataan, baik dalam bentuk tertulis maupun gambar, yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden (Supratiknya, 2015). Penyebaran kuesioner dilakukan secara *online* melalui grup *WhatsApp*.

Instrumen penelitian adalah alat untuk mengukur fenomena alam dan sosial yang diamati dalam penelitian (Sugiyono, 2023). Jenis skala yang digunakan pada penelitian ini adalah skala likert. Skala likert digunakan untuk menilai sikap, pandangan, dan persepsi

individu atau kelompok terhadap suatu fenomena sosial (Sugiyono, 2023). Skala likert yang digunakan menggunakan empat alternatif jawaban, yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS). Pada penelitian ini data dikumpulkan menggunakan instrument adopsi. Instrumen ang digunakan yakni *Parasocial Relationship Scale* oleh Claessens & Van Den Bulck (2015) yang diterjemahkan kedalam versi Indonesia oleh Rahmawati (2024) serta *Satisfaction with Life Scale* (SWLS) (Diener dkk., 1985) untuk mengukur aspek kognitif dan *Positive Affect Negative Affect Schedule* (PANAS) (Watson dkk., 1988) untuk mengukur aspek afektif yang telah dimodifikasi oleh Juniarti (2024).

Analisis Data

Proses analisis data dalam penelitian ini bertujuan untuk menguji hipotesis atau menjawab pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya (Sugiyono, 2023). Analisis data dilakukan dengan bantuan software SPSS versi 25.0 *for Windows*. Penelitian ini melibatkan uji asumsi yang mencakup uji normalitas menggunakan *Kolmogorov Smirnov* dan linearitas, sebelum dilanjutkan dengan pengujian hipotesis menggunakan *Pearson Product Moment*.

Hasil

Data telah diterima dari 120 responden dianalisis menggunakan aplikasi SPSS versi 25.0 *for Windows*. Hasil penolahan data statistik deskriptif dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1. Analisis Deskriptif

Variabel	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
<i>Subjective Well-Being</i>	120	38	68	50,38	7,535
<i>Parasocial Relationship</i>	120	24	52	41,22	5,112

Berdasarkan hasil dari tabel analisis di atas, dapat diketahui bahwa nilai rata-rata (*mean*) dari variabel *subjective well-being* adalah 50,38, yang menunjukkan tingkat kesejahteraan subjektif rata-rata responden berada pada kategori sedang hingga tinggi. Nilai tertinggi sebesar 68 dan nilai terendah sebesar 38 menunjukkan adanya variasi tingkat *subjective well-being* di antara responden, dari yang paling tinggi merasa puas dan bahagia terhadap hidupnya, hingga yang berada pada tingkat yang lebih rendah. Nilai rata-rata variabel *parasocial relationship* adalah 41,22, yang mengindikasikan bahwa secara umum responden memiliki hubungan parasosial yang cukup kuat dengan idol K-Pop yang mereka sukai. Nilai maksimum sebesar 52 dan minimum 24 juga menunjukkan adanya perbedaan intensitas keterikatan parasosial antar responden.

Nilai standar deviasi dari *subjective well-being* sebesar 7,535 menunjukkan bahwa data cukup menyebar dari nilai rata-ratanya, sedangkan standar deviasi dari *parasocial relationship* sebesar 5,112 menunjukkan penyebaran yang sedikit lebih rendah. Semakin besar nilai standar deviasi, maka semakin besar variasi atau ketidakterpusatan data terhadap rata-rata (Sugiyono, 2023). Hal ini menandakan bahwa dalam kedua variabel, terdapat keragaman pengalaman subjektif dan tingkat hubungan parasosial di kalangan penggemar K-Pop.

Peneliti mengetahui nilai minimum, maksimum, rata-rata, serta standar deviasi dari tiap variabel, selanjutnya peneliti mengelompokkan data ke dalam beberapa kategori. Pengelompokan ini dilakukan dengan menggunakan rumus statistik untuk menentukan batasan

atau interval dari masing-masing kategori. Peneliti melakukan pengkategorisasian skor dari partisipan kedalam tiga kelompok yaitu rendah sedang, dan tinggi.

Tabel 2. Hasil Kategorisasi Variabel Subjective Well-Being

Kategori	Rentang	Jumlah	Presentase
Rendah	$X < 43$	17	14,2%
Sedang	$43 \leq X < 57$	74	61,7%
Tinggi	$X \geq 57$	29	24,2%

Berdasarkan temuan pada tabel, mayoritas responden menunjukkan tingkat kesejahteraan subjektif dalam kategori sedang (61,7%). Kondisi ini mengindikasikan bahwa keseimbangan emosional para responden belum sepenuhnya stabil mereka mampu merasakan emosi positif dan memiliki tingkat kepuasan hidup yang cukup baik, namun masih diiringi oleh munculnya emosi negatif dalam keseharian mereka. Hal ini mencerminkan bahwa meskipun terdapat aspek-aspek dalam hidup yang memberi rasa puas, sebagian responden masih menyimpan keresahan atau ketidakpuasan pada aspek lain yang belum terpenuhi. Kesejahteraan responden belum mencapai kondisi yang sepenuhnya sejahtera, tetapi juga tidak berada pada titik yang mengkhawatirkan. Tingkat sedang ini menjadi cerminan dinamika kehidupan yang wajar, di mana individu terus berproses dalam menemukan keseimbangan antara tuntutan hidup dan pencapaian pribadi.

Tabel 3. Hasil Kategorisasi Variabel Parasocial Relationship

Kategori	Rentang	Jumlah	Presentase
Rendah	$X < 36$	15	12,5%
Sedang	$36 \leq X < 46$	88	73,3%
Tinggi	$X \geq 46$	17	14,2%

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa mayoritas responden memiliki intensitas hubungan parasosial tingkat sedang (73,3%), Hal ini menunjukkan bahwa keterikatan emosional responden terhadap figur publik atau idola, telah melampaui sekadar hiburan semata. Responden tidak hanya menikmati penampilan atau karya sang idola, tetapi juga mulai mengembangkan perasaan kedekatan, seolah-olah mengenal dan memiliki hubungan personal dengan idola tersebut, meskipun hubungan ini bersifat satu arah dan tidak melibatkan interaksi timbal balik. Intensitas sedang ini mencerminkan bahwa responden merasa bahwa kehadiran idola memiliki arti dalam hidup mereka, seperti menjadi sumber inspirasi, motivasi, atau pelarian dari stres, namun keterlibatan emosional tersebut belum sampai mengganggu keseharian atau menggantikan hubungan sosial nyata.

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

Variabel	Nilai Signifikansi	Keterangan
Parasocial Relationship Subjective Well-Being	0,098	Data berdistribusi normal

Berdasarkan hasil uji normalitas diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,098. Berdasarkan pedoman uji normalitas apabila nilai signifikansi $>0,05$ maka dapat dikatakan bahwa data berdistribusi normal, sehingga $0,098 > 0,05$ sehingga kedua variabel dapat dikatakan berdistribusi normal.

Tabel 5. Hasil Uji Linieritas

Nilai Signifikansi	Keterangan
Sig<0,05	Data tidak linier
Sig>0,05	Data Linier

Hasil uji linieritas menunjukkan bahwa nilai signifikansi antar variabel *parasocial relationship* dengan *subjective well-being* sebesar 0,176, yang menyatakan bahwa hubungan antara kedua variabel tersebut bersifat linier, berarti perubahan pada tingkat intensitas *parasocial relationship* cenderung diikuti oleh perubahan pada tingkat *subjective well-being* secara proporsional dan berarah tetap.

Uji Hipotesis pada penelitian ini menggunakan uji korelasi *Pearson Product Moment*. Korelasi *pearson* adalah metode yang digunakan untuk mengukur sejauh mana dua variabel kuantitatif saling berhubungan (Uyun & Yoseanto, 2022). Pada pedoman interpretasi koefisien korelasi dari Sugiyono (2023), peneliti menyatakan bahwa terdapat hubungan yang cukup kuat antara kedua variabel. Taraf signifikansi yang ditetapkan pada penelitian ini senilai 5%. Korelasi antar variabel akan dikatakan berkorelasi jika nilai sig<0,05 dan sebaliknya jika nilai sig>0,05 maka artinya korelasi antar variabel dinilai tidak berkorelasi. Adapun hasil uji hipotesis yang diperoleh adalah sebagai berikut.

Tabel 6. Hasil Uji Hipotesis

Variabel	Signifikansi (p<0,05)	Korelasi Pearson
Subjective Well Being	0,000	0,477
Parasocial Relationship	0,000	0,477

Tabel di atas memperlihatkan bahwa besar hubungan antara variabel *parasocial relationship* dan *subjective well-being* menunjukkan koefisien korelasi sebesar 0,477 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0,477 berada dalam kategori sedang hingga cukup kuat, berdasarkan interpretasi umum koefisien korelasi (0,40–0,599), ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang cukup berarti antara kedua variabel, meskipun tidak termasuk dalam kategori hubungan yang sangat kuat atau sempurna. Nilai signifikansi (p-value) sebesar $0,000 < 0,05$ menandakan bahwa hasil korelasi ini signifikan secara statistik, yang berarti bahwa kemungkinan hubungan ini terjadi secara kebetulan sangat kecil. Hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat hubungan antara kedua variabel diterima.

Pembahasan

Hasil analisis menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,000$), yang menunjukkan adanya hubungan antara variabel *parasocial relationship* dan *subjective well-being*. Hubungan ini bersifat positif, yang berarti semakin tinggi intensitas hubungan parasosial, semakin tinggi pula tingkat

kesejahteraan subjektif penggemar K-Pop, sebaliknya, semakin rendah hubungan parasosial yang dimiliki, maka semakin rendah pula tingkat *subjective well-being* yang dirasakan.

Koefisien korelasi sebesar 0,477 menunjukkan kekuatan hubungan yang tergolong cukup kuat. Kekuatan hubungan yang tergolong cukup kuat ini menunjukkan bahwa *parasocial relationship* memiliki kontribusi terhadap persepsi individu ke kesejahteraan hidupnya sebesar 47%, khususnya dalam konteks penggemar K-Pop yang kerap menjadikan hubungan emosional dengan idola sebagai salah satu bentuk dukungan psikologis.

Berdasarkan hasil analisis, hubungan antara *parasocial relationship* dan *subjective well-being* berada pada kategori sedang dan tidak termasuk dalam kategori sangat kuat. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun terdapat hubungan positif sebanyak 47% antara kedua variabel, masih terdapat sekitar 63% variabilitas *subjective well-being* yang dapat dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar *parasocial relationship*. *Parasocial relationship* bukan satu-satunya aspek yang berkaitan dengan kesejahteraan subjektif individu. Beberapa faktor lain yang juga dapat berhubungan dengan *subjective well-being* antara lain adalah kualitas hubungan sosial secara langsung (seperti dukungan sosial dari keluarga atau teman), kondisi psikologis dan fisik, pencapaian pribadi, kepribadian (misalnya neurotisisme dan ekstroversi), tingkat stres, serta faktor-faktor lingkungan seperti keamanan finansial dan kepuasan kerja (Diener dkk., 2018).

Hasil penelitian ini memberikan pemahaman bahwa *subjective well-being* dipengaruhi oleh berbagai dimensi yang kompleks, dan *parasocial relationship* hanya merupakan salah satu elemen yang memiliki keterkaitan dengan aspek tersebut. Hubungan positif antara kedua variabel menunjukkan bahwa keterikatan emosional satu arah yang dialami penggemar terhadap idola K-Pop dapat meningkatkan persepsi individu terhadap kualitas hidup. *Subjective well-being* mencakup dua aspek utama, yaitu evaluasi terhadap kepuasan hidup dan evaluasi terhadap pengalaman emosi positif dan negatif (Das dkk., 2020). Hubungan parasosial dapat memberikan rasa keterhubungan, kenyamanan psikologis, dan inspirasi, yang memperkaya pengalaman hidup secara subjektif.

Aspek penting dari *subjective well-being* yang terkait dengan hubungan parasosial adalah kepuasan hidup (*life satisfaction*). Aspek ini merujuk pada evaluasi menyeluruh individu terhadap kehidupannya berdasarkan standar pribadi, termasuk harapan, nilai, dan tujuan hidup (Diener dkk., 2018). Evaluasi tersebut bersifat subjektif dan tidak bergantung pada kondisi objektif, melainkan pada bagaimana individu memaknai kehidupannya.

Penggemar K-Pop yang memiliki tingkat hubungan parasosial yang tinggi cenderung merasa lebih puas dengan kehidupannya. Hal ini terjadi karena idola sering dipersepsikan sebagai sosok yang memberi inspirasi dan motivasi, sehingga kehadiran mereka memberikan makna serta arah dalam kehidupan penggemar (Kim & Kim, 2020). Hubungan parasosial juga menciptakan perasaan seolah-olah memiliki keterhubungan sosial. Bagi individu yang berada pada masa *emerging adulthood*, hubungan ini mampu memenuhi kebutuhan akan kedekatan emosional dan penerimaan sosial. Pengalaman tersebut akan berkontribusi terhadap penilaian yang lebih positif terhadap kehidupan dan meningkatkan kepuasan hidup.

Subjective well-being tidak hanya mencerminkan bagaimana individu mengevaluasi hidupnya secara kognitif, tetapi juga melibatkan dimensi afektif, yaitu afek positif dan afek negatif. Afek positif mengacu pada pengalaman emosi menyenangkan seperti bahagia, antusias, bangga, dan terinspirasi, sementara afek negatif merujuk pada emosi yang tidak menyenangkan seperti cemas, sedih, marah, atau kesepian (Das dkk., 2020). Hubungan parasosial dapat memunculkan afek positif, misalnya ketika penggemar merasa bahagia saat menyaksikan penampilan idola, mengikuti aktivitasnya, atau merasakan kedekatan melalui interaksi di media sosial dan konten digital. Interaksi ini menciptakan pengalaman emosional yang hangat dan bermakna. Hubungan parasosial dapat membantu menurunkan afek negatif. Penggemar sering menjadikan hubungan ini sebagai pelarian dari tekanan emosional atau masalah pribadi (Mardhatillah & Ningsih, 2023). Sosok idola memberikan rasa nyaman dan aman yang dapat mengurangi perasaan kesepian, kecemasan, dan keterasingan sosial (Lotun dkk., 2024).

Hubungan parasosial dapat memengaruhi *subjective well-being* melalui beberapa mekanisme psikologis. Hubungan ini dapat memenuhi kebutuhan dasar manusia akan keterhubungan sosial (*need to belong*), di mana individu merasa memiliki kedekatan emosional meskipun tanpa interaksi dua arah (Hoffner & Bond, 2022). Penggemar akan merasa terhubung dengan idola melalui media sosial atau konten digital, mereka mengalami rasa dihargai dan diperhatikan, yang berdampak positif pada evaluasi diri dan kepuasan hidup (Kim & Kim, 2020). Hubungan parasosial sering dijadikan sebagai mekanisme

penyesuaian diri dari tekanan emosional. Sosok idola dalam hubungan ini dapat menjadi sumber inspirasi, motivasi, serta pelarian dari stres atau masalah pribadi (Mardhatillah & Ningsih, 2023). Hubungan parasosial juga dapat meningkatkan afek positif karena keterlibatan emosional dalam interaksi dengan konten idola dapat menimbulkan rasa bahagia, semangat, dan kenyamanan (Das et al., 2020). Kombinasi dari keterhubungan simbolik, pengalaman emosional positif, dan dukungan psikologis inilah yang berkontribusi terhadap terbentuknya *subjective well-being* pada penggemar K-Pop.

Peningkatan intensitas hubungan parasosial tidak hanya memperkuat pengalaman emosi positif, tetapi juga penilaian kognitif terhadap kualitas hidup. Kondisi ini menunjukkan bahwa *parasocial relationship* dapat menjadi salah satu faktor yang mendukung terbentuknya kepuasan hidup, khususnya pada kelompok usia dewasa awal yang tengah menjalani eksplorasi diri dan pencarian arah hidup.

Hasil ini konsisten dengan penelitian terdahulu, di mana Krouse (2024) mengungkapkan bahwa individu yang memiliki hubungan parasosial yang tinggi dengan tokoh media dapat merasakan kehadiran emosional yang menenangkan, rasa nyaman, serta perasaan diterima, meskipun hubungan tersebut tidak melibatkan komunikasi secara langsung atau timbal balik.. Kim (2020) juga menemukan bahwa semakin kuat kedekatan emosional penggemar terhadap selebriti, semakin tinggi tingkat kebahagiaan dan kepuasan hidup yang dilaporkan. Juniarti (2024) turut memperkuat temuan ini dengan menunjukkan bahwa peningkatan intensitas hubungan parasosial berkaitan dengan meningkatnya *subjective well-being* pada penggemar.

Adapun keterbatasan dalam studi ini, yaitu jumlah responden berdasarkan gender dengan dominasi perempuan, serta pembahasan hubungan parasosial yang berfokus pada hubungan positif dari parasosial. Penelitian ini juga hanya sebatas penelitian korelasional sehingga proses analisis data hanya terbatas pada uji korelasi dan tidak dapat menjelaskan kausalitas antara kedua variabel.

Kesimpulan

Simpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara *parasocial relationship* dengan *subjective well-being* pada penggemar K-Pop. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,477 dan tingkat signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,05$). Artinya semakin tinggi hubungan parasosial yang dimiliki seseorang kepada idolanya, maka semakin tinggi pula tingkat kesejahteraan subjektif yang dirasakan. *Parasocial relationship* memberikan kontribusi terhadap aspek afektif maupun kognitif dalam *subjective well-being*, seperti rasa bahagia, semangat, rasa terhubung, serta kepuasan hidup. Penelitian ini memperkuat pemahaman bahwa keterikatan emosional yang terbentuk secara sepihak dengan figur media dapat berperan positif dalam kehidupan psikologis penggemar, khususnya individu pada masa *emerging adulthood*.

Saran

Penggemar K-Pop dapat lebih bijak dalam membangun dan mengelola hubungan parasosial dengan idola. Memahami bahwa hubungan tersebut bersifat sepihak dapat membantu dalam menyeimbangkan harapan dan kenyataan, serta menjaga agar keterikatan tidak mengganggu hubungan sosial nyata maupun kesejahteraan psikologis secara menyeluruh. Peneliti selanjutnya dapat memperluas cakupan wilayah, menggali dampak negatif dari *parasocial relationship* secara lebih mendalam, serta memperkaya penelitian tentang *parasocial relationship* dengan mengkaji variabel lain. Penelitian longitudinal juga direkomendasikan untuk melihat dampak jangka panjang dari hubungan parasosial terhadap kesejahteraan individu.

Daftar Pustaka

- Almaida, R., Gumelar, S. A., & Laksmiwati, A. A. (2021). Dinamika psikologis fangirl k-pop. *Cognicia*, 9(1), 17–24. <https://doi.org/10.22219/cognicia.v9i1.15059>
- Arnett, J. J., Žukauskienė, R., & Sugimura, K. (2014). The new life stage of emerging adulthood at ages 18–29 years: Implications for mental health. *The Lancet Psychiatry*, 1(7), 569–576. [https://doi.org/10.1016/S2215-0366\(14\)00080-7](https://doi.org/10.1016/S2215-0366(14)00080-7)
- Brito, A. D., & Soares, A. B. (2023). Well-being, Character Strengths, and Depression in Emerging Adults. *Frontiers in Psychology*, 14(1238105), 1–12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1238105>
- Claessens, N., & Van Den Bulck, H. (2015). Parasocial relationships with audiences' favorite celebrities: The role of audience and celebrity characteristics in a representative Flemish sample. *Communications*, 40(1), 43–65. <https://doi.org/10.1515/commun-2014-0027>
- Das, K. V., Jones-Harrell, C., Fan, Y., Ramaswami, A., Orlove, B., & Botchwey, N. (2020). Understanding subjective well-being: Perspectives from psychology and public health. *Public Health Reviews*, 41(25), 1–32. <https://doi.org/10.1186/s40985-020-00142-5>
- Diener, E., Emmons, R. A., Larsen, R. J., & Griffin, S. (1985). The Satisfaction With Life Scale. *Journal of Personality Assessment*, 49(1), 71–75. https://doi.org/10.1207/s15327752jpa4901_13
- Diener, E., Oishi, S., & Lucas, R. E. (2009). *The Oxford Handbook of Positive Psychology* (2 ed.). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780195187243.013.0017>
- Diener, E., Oishi, S., & Tay, L. (2018). Advances in subjective well-being research. *Nature Human Behaviour*, 2(4), 253–260. <https://doi.org/10.1038/s41562-018-0307-6>
- Eid, M., & Diener, E. (2004). Global Judgments of Subjective Well-Being: Situational Variability and Long-Term Stability. *Social Indicators Research*, 65(3), 245–277. <https://doi.org/10.1023/B:SOCI.00000003801.89195.bc>
- Hartmann, T. (2016). *Parasocial Interaction, Parasocial Relationship, and Well Being*. Routledge.
- Hoffner, C. A., & Bond, B. J. (2022). Parasocial relationships, social media, & well-being. *Current Opinion in Psychology*, 45(101306), 1–6. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2022.101306>
- Horton, D., & Wohl, R. R. (1956). Mass Communication and Para-Social Interaction: Observations on Intimacy at a Distance. *Psychiatry*, 19(3), 215–229. <https://doi.org/10.1080/00332747.1956.11023049>
- Jannah, M. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Psikologi*. Unesa University Press.
- Juniarti, W. (2024). *Pengaruh Parasocial Relationship terhadap Subjective Well Being Penggemar K-Pop* (Skripsi Sarjana, Universitas Sumatera Utara). <https://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/99950>
- Kim, M., & Kim, J. (2020). How does a celebrity make fans happy? Interaction between celebrities and fans in the social media context. *Computers in Human Behavior*, 111(106419), 1–11. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106419>

- Kim, M. S., Wang, S., & Kim, S. (2023). Effects of Online Fan Community Interactions on Well-Being and Sense of Virtual Community. *Behavioral Sciences*, 13(897), 1–19. <https://doi.org/10.3390/bs13110897>
- Krouse, E. J. (2024). *Friend or Faux: A Scientific Comparison of Reciprocal Relationships and Parasocial Relationships and Their Psychological Effects* (Honors Thesis, Eastern Kentucky University). https://encompass.eku.edu/honors_theses/1058
- Lotun, S., Lamarche, V. M., Matran-Fernandez, A., & Sandstrom, G. M. (2024). People perceive parasocial relationships to be effective at fulfilling emotional needs. *Scientific Reports*, 14(8185), 1–10. <https://doi.org/10.1038/s41598-024-58069-9>
- Mardhatillah, R., & Ningsih, Y. T. (2023). Kontribusi Dimensi Celebrity Worship terhadap Subjective Well-Being pada Mahasiswa K-Popers Universitas Negeri Padang. *IJESPG Journal*, 1(3), 96–106. <https://ijespgjournal.org/index.php/ijespg/article/view/43>
- Nelson, L. J. (2020). The Theory of Emerging Adulthood 20 Years Later: A Look at Where It Has Taken Us, What We Know Now, and Where We Need to Go. *Emerging Adulthood*, 9(3), 179–188. <https://doi.org/10.1177/2167696820950884>
- Perbawani, P. S., & Nuralin, A. J. (2021). Hubungan Parasosial dan Perilaku Loyalitas Fans dalam Fandom KPop di Indonesia. *Jurnal Lontar*, 9(1), 42–54. <https://doi.org/10.30656/lontar.v9i1.3056>
- Rahmawati, A. (2024). *Adaptasi Alat Ukur Parasocial Relationship Scale Pada Remaja* (Skripsi Sarjana, Universitas Pendidikan Indonesia). <http://repository.upi.edu/id/eprint/115785>
- Siegenthaler, P., Aegerter, T., & Fahr, A. (2023). A Longitudinal Study on the Effects of Parasocial Relationships and Breakups With Characters of a Health-Related TV Show on Self-Efficacy and Exercise Behavior: The Case of The Biggest Loser. *Communication & Sport*, 11(4), 744–769. <https://doi.org/10.1177/21674795211045039>
- Stein, J.-P., Liebers, N., & Faiss, M. (2024). Feeling Better...But Also Less Lonely? An Experimental Comparison of How Parasocial and Social Relationships Affect People's Well-Being. *Mass Communication and Society*, 27(3), 576–598. <https://doi.org/10.1080/15205436.2022.2127369>
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (2nd ed.). ALFABETA.
- Supratiknya, A. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif dalam Psikologi*. Universitas Sanata Dharma.
- Uyun, M., & Yoseanto, B. L. (2022). *Seri Buku Psikologi: Pengantar Metode Penelitian Kuantitatif*. Deepublish.
- Veenhoven, R. (1996). Developments in satisfaction research. *Social Indicators Research*, 37(1), 1–46. <https://doi.org/10.1007/BF00300268>
- Voukelatou, V., Gabrielli, L., Miliou, I., Cresci, S., Sharma, R., Tesconi, M., & Pappalardo, L. (2021). Measuring objective and subjective well-being: Dimensions and data sources. *International Journal of Data Science and Analytics*, 11(4), 279–309. <https://doi.org/10.1007/s41060-020-00224-2>
- Watson, D., Anna, L., & Tellegen, A. (1988). Development and Validation of Brief Measures of Positive and Negative Affect: The PANAS Scales. *Journal of*

Personality and Social Psychology, 54(6), 1063–1070.
<https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/0022-3514.54.6.1063>

William, Sheng, J., Qiang, Y., Joanne, Q. Y., & Syah, I. A. (2022). *Assessing subjective well-being: A review of common measures*. Hogrefe.