

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pada Januari 2023, jumlah penggunaan media sosial sebanyak 167 juta pengguna. Penggunaan platform media sosial yang meningkat di Indonesia salah satunya adalah Twitter atau yang sekarang disebut sebagai X. Berdasarkan data dari datareportal pada Januari 2023, terdapat sekitar 24 juta pengguna X Twitter di Indonesia. X (Twitter) menjadi salah satu platform media sosial dengan sumber informasi paling cepat dibandingkan media sosial lainnya (Datareportal, 2023). Indonesia menjadi negara yang sangat berperan aktif dalam membahas *K-Pop* di platform Twitter (Annur, 2022). Kominfo menyatakan bahwa Indonesia merupakan negara peringkat kelima terbesar dalam penggunaan X (Twitter).

Ketertarikan pada platform media sosial X ini menjadi pengaruh besar bagi para penggemar *K-Pop* (Zahra & Yuliana, 2022). Menurut survey Katadata Insight Center (KIC) dan Zigi.id (CNN Indonesia, 2022), sebagian besar penggemar yang mengakses konten di Indonesia sebesar 41,1% dengan rata-rata waktu 1-3 jam setiap hari. Pada tahun 2021, pembicaraan seputar *K-Pop* ramai diperbincangkan di X (Twitter) meningkat dari 6.7 miliar menjadi 7,8 miliar. Dari data-data diatas, terlihat jelas peningkatan yang signifikan ini menunjukkan bahwa intensitas pembicaraan mengenai *K-Pop* di Twitter ini semakin tinggi.

Seiring berjalannya waktu, perkembangan dan kemajuan teknologi semakin meningkat dan informasi pun kian berkembang pesat dimana *Alternative Universe* menjadi genre *fanfiction* dengan konsep baru yang begitu modern. *Alternative Universe* atau yang sering disebut AU ini merupakan suatu karya fiksi yang dibuat menarik oleh penggemar dalam dunia paralel dengan alur cerita yang akan terlihat seperti dalam kehidupan nyata (RNM & Rachmani, 2022). Menurut Sauro (2020), AU merupakan cerita fiksi dimana penggemar mengubah satu atau lebih komponen dari sasaran utama dan mengubah bagian asli dari

karakter sehingga menjadi atau membentuk narasi ulang dalam perspektif imajinasi yang beragam.

Tokoh idola dibentuk oleh penulis AU sebagai karakter baru dalam AU agar lebih terhubung dalam kehidupan sehari-hari para pembaca AU (Sari, 2022). Terdapat dua bentuk yang menampilkan alur cerita dalam AU, (Zahra & Yuliana, 2022) menyatakan bahwa AU yang ditampilkan melalui pesan obrolan *ter-screenshot* dalam aplikasi obrolan palsu (*fake chat*) dan menurut Ramadhani (2021) yang dilansir dari kumparan.com, menambahkan bahwa AU adalah deskripsi tentang cerita dalam bentuk *screenshot* narasi yang dipublikasi dalam bentuk utas atau *thread*.

Genre AU meliputi *thriller*, *comedy*, romantis, *fantasy*, horor dan *fluffy* serta *Angst* (RNM & Rachmani, 2022). *Fluffy* yaitu cerita pendek romantis dan menyenangkan tanpa adanya konflik (Syuri, 2022). Fenomena AU ini bisa dimanfaatkan sebagai media dalam berliterasi karena dapat dicari dan diakses dengan mudah, seperti FanFiction.net, Commaful.com, *Archive Of Our Own* (AO3) serta platform Wattpad, Tumblr hingga X (Twitter) (Baharani et al., 2022).

Maraknya tren AU di X menjadi bagian dari budaya literasi yang semakin berkembang dengan memanfaatkan media sosial. Dilansir dari CNN Indonesia (2022b), pembaca AU di X lebih merasa terhibur dibandingkan membaca dari situs-situs *fanfiction*. Menurut Afandi (2022), AU di Twitter menunjukkan bahwa berkarya dapat dilakukan dimana saja, karena mudah diperoleh dan mudah untuk mengaksesnya. Adanya akses yang mudah tersebut, dapat menjadikan salah satu faktor pendukung AU yang berkembang sebagai suatu fenomena yang baru terutama di era digital ini (Zahra & Yuliana, 2022).

Berdasarkan hasil penelitian Jayanti et al. (2023), rata - rata 66% mahasiswa mengetahui AU, sedangkan, 31,9% tidak pernah mendengar AU dan sisanya hanya mendengar istilah tersebut beberapa kali sehingga belum terlalu mengenal AU. Dapat disimpulkan bahwa tidak semua mengetahui atau mendengar tentang fenomena AU. Sedangkan, hasil penelitian RNM & Rachmani (2022) menunjukkan bahwa terdapat 69% pembaca AU yang membaca

sekitar kurang dari 3 jam, 27,6% sekitar 3-5 jam, dan sisanya, sejumlah 3,4% yang membaca AU sekitar 5-7 jam. Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar remaja memiliki minat membaca terhadap AU. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian eksperimen yang dilakukan oleh W. D. Wulandari (2021) menunjukkan bahwa kelompok eksperimen yang menggunakan fiksi penggemar sebagai bacaan lebih tinggi dibandingkan dengan kelas kontrol tanpa menggunakan fiksi penggemar sebagai bacaan.

Dilansir dari situs internet SINDO (2022), bahwa sebagian AU biasanya melibatkan idola *K-Pop* sebagai visualisasi atau *face claim* tokoh. Misalnya, AU *Butterflies* karya @alesacakes di X menggunakan *face claim* Haechan NCT yang namanya diubah menjadi Abel Khaizure. Beredarnya luas karya fiksi AU (*Alternative Universe*) yang populer di Indonesia saat ini seperti AU Dikta & Hukum, sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Farhanah & Yanti (2022) bahwa pembaca menerima AU Dikta dan Hukum di Twitter dengan antusiasme yang baik, karena mayoritas para pembaca AU Dikta dan Hukum suka dengan genre AU yang serupa. Dibuktikan dengan popularitas AU tersebut di Twitter.

Popularitas AU Dikta dan Hukum di Twitter menjadi dorongan utama penulis untuk menerbitkan dalam bentuk buku fisik dan mempengaruhi penjualan buku fisiknya, hingga sebuah rumah produksi film mengadaptasi AU tersebut menjadi *web series* di *Web TV*. Para penggemar buku sangat mencari Novel Dikta dan Hukum karena penasaran untuk mengetahui alur ceritanya (Farhanah & Yanti, 2022). Dilansir dari Kpop Chart (2021), para pembaca AU Dikta dan Hukum yang memenuhi kolom komentar Instagram pribadi milik Doyoung NCT dengan menyebutkan nama 'Dikta', yaitu sebagai visualisasi karakter AU Dikta dan Hukum. Adanya ikatan emosional khusus antara penggemar dan idola, dengan hubungan yang lebih intim, dan idola biasanya mewujudkan gambaran diri yang ideal bagi para penggemar (Chen et al., 2022). Sehingga, banyak para pembaca yang terhanyut dalam cerita AU yang terbawa ke dalam kehidupan nyata. Visualisasi idol *K-Pop* yang digunakan sebagai karakter fiksi tersebut membuat para pembaca AU tidak dapat membedakan atau menempatkan antara realitas dan fantasi terhadap karakter fiksi tersebut (Zahra & Yuliana, 2022).

Para pembaca AU yang juga merupakan penggemar, ketika menyukai karakter favoritnya secara berlebihan hingga menyebut idol yang sebagai visualisasi penulis tersebut dengan nama tokoh yang digunakan dalam cerita AU (Aisyah, 2022). Para penggemar yang memiliki karakter favorit atau cowok idola dalam cerita AU biasa menyebut dengan istilah cowok AU (kumparan.com, 2023). Penggemar merasa bahwa idolanya dapat memberikan inspirasi dan semangat dalam kehidupannya serta karya fiksi sebagai indikasi rasa cinta penggemar terhadap idolanya (El Farabi, 2020).

Seorang profesor psikologi di *Empire State University of New York*, Stever menguraikan bahwa penggemar menyukai idolanya didorong oleh tiga alasan utama, yaitu *task attraction*, *identification attraction*, dan *romantic attraction* (Sumirna et al., 2023). Ketertarikan pada idola merupakan komponen penting ketika penggemar menemukan figur media yang menarik atau atraktif, sehingga keterikatan dapat menarik dan memikat penggemar (Erickson & Dal Cin, 2018). Kesetiaan dan dedikasi merupakan inti dari loyalitas. Loyalitas adalah komponen penting dalam sebuah hubungan organisasi, kelompok atau pun antar individu dengan suatu konsep yang berkaitan dengan komitmen dan dedikasi kepada orang lain (Fistanto et al., 2022). Sejalan dengan Wicaksono (dalam Putra, 2018), loyalitas merupakan kesetiaan terhadap sesuatu dengan rasa cinta, sehingga ketika ada tingkat loyalitas yang tinggi, seseorang merasa tidak perlu melakukan sesuatu untuk menunjukkan loyalitasnya kepada orang lain.

Bentuk loyalitas penggemar terhadap idola, yaitu karena penampilan idola favoritnya, hiburan yang diberikan oleh idola kepada penggemar, dan sebagai sumber dukungan sosial (Maharani & Rahmasari, 2022). Faktor sosial merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan kosumen dalam membeli produk atau merchandise yang terkait dengan idola favoritnya (Wulandari et al., 2023). Konsumen cenderung memiliki keinginan dan praduga mengenai suatu produk yang akan dibeli (Fistanto et al., 2022). Semakin tingginya loyalitas, maka penggemar memiliki rasa ketertarikan yang besar (Putra, 2018). Berdasarkan hasil penelitian Maharani & Rahmasari (2022), menyatakan bahwa ketertarikan terhadap BTS (*Bangtan Boys*) disebabkan oleh bentuk loyalitas penggemar terhadap idola yang berpengaruh

dalam kehidupannya dan hubungan yang mendalam semakin menimbulkan tingginya loyalitas..

Menurut John Locke, seorang filsuf empiris dari Inggris, manusia seringkali berimajinasi tentang suatu tindakan yang berhubungan dengan suatu pilihan dari berbagai alternatif (Parnawi, 2019). Menurut Freud, Bapak Psikoanalisis, fantasi menunjukkan sebuah kaitan dengan suatu ide dalam benak manusia untuk menciptakan sebuah dunia khayalan, seperti memainkan permainan dimasa kecil (Pick, 2021).

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Pertiwan & Paramita (2023), perilaku parasosial yang muncul terhadap penggemar karakter anime terjadi ketika para penggemar mengidentifikasi karakter tersebut sebagai panutan. Interaksi antar penggemar saat memiliki minat yang sama, berpotensi untuk meningkatkan ketertarikan individu terhadap karakter anime favoritnya. Sejalan dengan penelitian Syafrina et al. (2016), ketika seseorang kerap kali menonton drama, khususnya genre romantis, dimana para penonton merasakan keterlibatan emosional dan membentuk hubungan parasosial dengan karakter favorit dalam drama tersebut. Pada umumnya, orang-orang mengekspresikan emosinya terhadap karakter fiksi (Karhulahti & Välisalo, 2021).

Sekarsari (dalam Sadida & Suryanto, 2022) mengungkapkan bahwa interaksi parasosial memiliki dampak negatif yang dapat meningkatkan risiko perilaku patologis seperti, *datasemen (detachment)*, obsesi, dan disinhibisi. Dalam hubungan parasosial, penggemar memiliki kecenderungan untuk mengikuti dan mengandalkan idola sebagai acuan atau pedoman hidup dalam berperilaku (M. P. Sari et al., 2022). Hasil penelitian Siahaan (2023) menunjukkan bahwa edukasi mengenai interaksi parasosial dalam konteks budaya *K-Pop* dikalangan generasi muda menjadi suatu hal yang baru, seiring dengan perubahan pola pikir individu.

Dalam penelitian Erickson & Dal Cin (2018), keterikatan parasosial romantis remaja cenderung terlihat maladaptif yang dapat mengakibatkan ketergantungan pada hubungan romantis sebagai landasan harga diri, evaluasi pengalaman seksual yang negatif, dan mendukung peran gender tradisional (*traditional*

*gender role*). Tidak menutup kemungkinan terdapat manfaat positif dari segi perkembangan pada hubungan-hubungan yang telah diteorikan sebelumnya. Maka dari itu, penelitian lebih lanjut yang meneliti kemungkinan tersebut perlu dilakukan. Dalam konteks media yang didominasi dengan budaya selebriti, mengeksplorasi cara di mana audiens, terutama penggemar yang terlibat dengan media dan tokoh media sangat penting untuk mengamati secara kritis terhadap masyarakat modern dan memahami perkembangan seksual.

Berdasarkan hasil survey yang dilakukan oleh peneliti melalui wawancara online melalui *Google Form* yang didapat dari 30 responden yang mengetahui AU sejak 2010, 2011 hingga 2021 dan 2023. Mayoritas pembaca mengetahui AU itu sendiri, dan juga menyukai atau sering membaca AU dengan genre romantis. 24 dari 30 responden akan membaca ulang AU yang disukainya. 6 dari 30 responden menyukai tampilan AU dalam bentuk screenshot pesan obrolan palsu. Sementara sisanya menyukai tampilan AU dalam bentuk narasi menggunakan *link write.as* atau medium ataupun *notion*. Terdapat 4 responden yang merasa memiliki keterikatan dengan karakter AU yang disukai sedangkan yang responden lainnya tidak.

Alasan SK tertarik membaca AU di X (Twitter) yaitu karena suka fantasi pada awalnya. AU memberikan banyak bentuk dunia fiksional untuk di nikmati. AU juga menjadi pelarian dari realitas saya, Sementara DYS tertarik membaca AU di X (Twitter) karena dapat menemukan hal baru dan pelajaran yang bisa diambil dari cerita-cerita AU tersebut, serta untuk menikmati waktu luang dari penatnya kesibukan. Sedangkan, NPR hanya karena suka dengan AU, untuk mengisi waktu luang dan sedikit belajar tentang kosakata atau beberapa hal yang sebelumnya tidak diketahui. Dan tanggapan SK tentang menjadikan Idol *K-pop* sebagai visualisasi atau *Face Claim* dalam karya AU yakni tidak masalah menggunakan visualisasi idol dalam penulisan, namun tetap harus mengedepankan nilai etis dalam penggunaan *face claim* tersebut. DYS menanggapi hal tersebut dengan itu adalah suatu hal yang menarik, bahkan AU akan semakin lebih menarik dengan menggunakan visualisasi bias kesukaan. Sedangkan, tanggapan NPR mengenai hal tersebut adalah menggunakan

visualisasi idol *K-pop* merupakan hal yang biasa saja, selagi tidak melebihi batas wajar dan menimbulkan konflik.

SK berimajinasi tentang karakter AU yang di kagumi hanya pada saat membaca cerita AU, sedangkan DYS selalu ketika setiap membaca AU. Sementara NPR tidak pernah berimajinasi tentang karakter AU yang dikagumi. Tanggapan SK, apabila AU kesukaan anda diterbitkan menjadi novel fisik yaitu tidak begitu tertarik mengenai AU yang diterbitkan dalam novel fisik dan dikomersialkan. karena AU adalah sebagai fan fiksi yang mengemban nilai dari penggemar untuk penggemar. DYS sangat merasa senang apabila AU kesukaan diterbitkan menjadi novel fisik. Sedangkan NPR menanggapi AU yang diterbitkan menjadi novel fisik merupakan hal yang keren dan hal tersebut adalah suatu kemajuan buat para penulis. NPR menyarankan untuk lebih baik memakai animasi dari idol *K-pop* tersebut sebagai visualisasi.

Berdasarkan hasil survey tersebut, maka diperoleh bahwa membaca AU di Twitter merupakan hal yang menyenangkan ketika di waktu luang. Melihat perkembangan para penggemar karakter fiksi atau pembaca AU yang hadir dalam keberadaan fenomena AU saat ini hanya sebagai menikmati media. Didukung oleh penelitian Perbawani & Nuralin (2021), yang menunjukkan bahwa hubungan parasosial dengan loyalitas fans dalam fandom *KPop* di Indonesia terbentuk pada dimensi *behavioral* dengan dimensi *interaction*. Sedangkan, hubungan dengan nilai terendahnya, yaitu dimensi *perceptual-cognitive* dengan *desire to acquire*.

Dengan mengkaji topik ini, peneliti bertujuan untuk memperoleh pengetahuan atau penemuan baru agar para penggemar karakter fiksi atau pembaca AU lebih bijak dalam menentukan persepsi terhadap kehidupan nyata dan menentukan makna pada tindakan-tindakan yang ditunjukkan dalam mencerminkan loyalitas. Sehingga, peneliti sangat tertarik untuk meneliti mengenai Hubungan Perilaku Parasosial *Fictophilia* Dengan Loyalitas Pembaca *Alternative Universe* di X (Twitter).

## 1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Temuan dari penelitian yang dilakukan Cahyanti & Dermawan (2021) mencakup: (1) Penulis fiksi penggemar melakukan analisis mendalam atau deskonstruksi terhadap figure idol *K-Pop* untuk menciptakan karakter yang sesuai dengan plot *fanfiction*. (2) Transformasi yang terjadi pada figur idol *K-Pop* dapat menangkap perubahan yang besar, perubahan sedang, atau bahkan tanpa perubahan. (3) Alasan penulis fiksi penggemar memilih figur Idol *K-Pop* sebagai tokoh fiksi terhadap Idol *K-Pop* kesukaan tersebut, popularitas kala itu, dan keberadaan *shipper* (penggemar yang menggagas hubungan romantis antara Idol *K-Pop*). Sedangkan, berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Almaida et al. (2021) menunjukkan hasil bahwa para penggemar menganggap idola *K-Pop* sebagai pendorong semangat, *support system*, dan penyemangat suasana hati. Hasil dari analisis wawancara juga menunjukkan bahwa ketiga subjek berada pada tahap *intense personal feeling*. Pada tahap ini, subjek melihat idola sebagai bagian dalam kehidupannya, dengan kemampuan untuk membayangkan sang idola setiap hari dan berusaha untuk selalu terlibat dalam kehidupan sang idola. Para penggemar tersebut juga merasakan adanya ikatan emosional yang kuat dengan idola favoritnya.

Hasil dari penelitian Riona & Krisdinanto (2021) yang berjudul “Ketika Fans ‘Menikahi Idolanya: Studi Fenomenologi tentang Loyalitas Fandom BTS” mengungkapkan bahwa kesetiaan terhadap idola diartikan sebagai sebuah kewajiban yang diterapkan dengan tulus sebagai bentuk balasan atas perjuangan yang dilakukan oleh idola tersebut. Kemajuan teknologi informasi juga telah melampaui batas kehidupan nyata dalam hubungan antara Army Surabaya dan idola favoritnya, di mana idola tersebut dianggap sebagai kekasih atau suami virtual. Penggemar telah membentuk ikatan khusus dengan grup idolanya yang hanya dirasakan oleh pribadi. Hasil penelitian juga mencerminkan bahwa loyalitas Army Surabaya terhadap BTS telah mencapai tingkat yang disebut sebagai “*The Marriage*”.

Penelitian yang dilakukan oleh RNM & Rachmani (2022), hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa *Alternative Universe* memiliki dampak positif dalam meningkatkan minat baca pada kalangan remaja. Meskipun, minat

baca terhadap buku di kalangan remaja masih menurun. Dengan adanya *Alternative Universe (AU)* ini bisa menjadi alternatif dalam meningkatkan minat baca remaja, meskipun memegang gawai dengan demikian masih tetap sembari membaca. Didukung oleh penelitian yang dilakukan Jayanti, Febri, & Indrawati (2023), yang bertujuan untuk meningkatkan budaya literasi Generasi Z melalui literasi digital, dimana saat ini penggunaan digital sangat diminati oleh semua kalangan terutama Generasi Z. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa *Alternative Universe (AU)* sangat efektif dalam meningkatkan literasi membaca karena mudahnya teknologi saat ini membuat Generasi Z dapat membaca *Alternative Universe (AU)* kapanpun dan dimanapun.

Berdasarkan penelitian Pertiwan & Paramita (2023) yang bertujuan untuk menggali pemahaman mengenai perilaku individu dari masa remaja hingga dewasa saat memuja karakter anime favoritnya, yang berakhir membentuk perilaku parasosial dalam kehidupan sehari-hari. Harapannya, penelitian ini dapat membuka perspektif baru terkait para penggemar karakter anime Jepang. Temuan penelitian menunjukkan bahwa kelima subjek yang diteliti menunjukkan variasi dalam perilaku parasosial dengan pendekatan unik masing-masing.

Berdasarkan uraian diatas, didapatkan rumusan masalah penelitian ini yaitu, Apakah terdapat hubungan parasosial *fictophilia* dengan loyalitas pembaca *Alternative Universe* di X (Twitter)?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Merujuk pada rumusan masalah diatas, penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui hubungan parasosial *fictophilia* dengan loyalitas pembaca *Alternative Universe* di X (Twitter).

### **1.4 Manfaat Penelitian**

#### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini dilakukan dengan harapan agar dapat memberikan nilai positif berkaitan dengan pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang psikologi mengenai hubungan perilaku parasosial dan loyalitas pembaca *Alternative Universe* di Twitter. Dan sebagai sumber

referensi untuk penelitian serupa tindakan yang mungkin diambil di masa yang akan datang.

#### 1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini dikaji untuk hubungan perilaku parasosial dan loyalitas pembaca *Alternative Universe* agar para penggemar karakter fiksi dapat mengontrol perilaku parasosial untuk menghindari dampak negatif dan mengarah ke dalam hal-hal yang tidak wajar, seperti kecanduan dan menikmati hiburan tersebut secara berlebihan.

