



Analisis Resepsi Penggemar Newjeans Terhadap Hubungan Parasosial dalam Video Musik Ditto (Side A & Side B) dan OMG

Fat'hiyyah 'Asya Fakhriyah¹

¹Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur

Abstract

Received: 15 November 2023

Revised: 13 Desember 2023

Accepted: 15 Januari 2024

In parasocial relationships, the audience forms a joint relationship with the characters that are displayed in the media using imagination. A relationship based on imagination must have an impact on both audiences and celebrities. In order to be able to anticipate the impact of parasocial relationships, messages about parasocial relationships begin to be delivered, one through music videos. NewJeans' Ditto (side A & side B) and OMG music videos are among the music videos that convey messages about parasocial relationships. Although it is intended to convey messages of parasocial relationships, the messages in the music video are received differently by the fans. This study aims to determine NewJeans fans' reception to messages about parasocial relationships in Ditto (side A & side B) and OMG music videos. The research method used in this study is qualitative research with the approach of Stuart Hall's reception analysis. The data collection was carried out with in-depth interviews and documentation of New Jeans fans who have watched Ditto (Side A & Side B) and OMG music videos. The results of this study showed that NewJeans fans are active audiences who have different receptions of messages about Parasocial Relationships in Ditto (side A & side B) and OMG music videos.

Keywords: *Parasocial Relationship, Music Video, NewJeans Ditto (side A & side B), NewJeans OMG, Reception Analysis.*

(*) Corresponding Author: 19043010160@student.upnjatim.ac.id

How to Cite: Fakhriyah, F. 'Asya . (2024). Analisis Resepsi Penggemar Newjeans Terhadap Hubungan Parasosial dalam Video Musik Ditto (Side A & Side B) dan OMG. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10525918>.

INTRODUCTION

Perkembangan teknologi menjadikan media sosial sebagai wadah untuk dapat melakukan interaksi dengan siapa saja termasuk para selebriti dan artis idola. Dengan media sosial seperti Instagram dan Twitter, penggemar dapat mengikuti, menyukai dan menuliskan komentar pada unggahan milik artis idola mereka. Komentar tersebut juga dapat dilihat secara langsung atau bahkan dibalas oleh artis idola tersebut. Interaksi seperti ini mengubah penggemar yang sebelumnya hanya merupakan penonton menjadi partisipan aktif. Dengan interaksi tersebut, penggemar dapat merasa langsung terhubung dengan tokoh idolanya dan percaya bahwa mereka mengenal dekat idolanya. Hubungan semacam ini disebut *parasocial relationship* (PRS) atau hubungan parasosial (Horton & Wohl, 1956). Hubungan parasosial merujuk pada sebuah hubungan sepihak yang dibentuk antara individu dengan karakter media massa (Kurtin, dkk., 2019). Dalam hubungan parasosial para penggemar harus menciptakan ilusi mengenai hubungan tatap muka secara langsung dengan idolanya yang mana hal ini akan lebih banyak dibentuk oleh fantasi dikarenakan para idola tidak menyadari keberadaan penggemarnya secara personal (Horton & Wohl, 1956). Hubungan parasosial dimulai ketika para

penggemar merasa bahwa dirinya mengenal dekat tokoh idolanya seakan-akan mereka saling mengenal di dunia nyata (Chung & Cho, 2014).

Dengan perkembangan media, hubungan parasosial tidak lagi hanya dapat dibangun dengan karakter fiksi, namun juga dengan selebriti sebagai pribadi mereka sendiri (Kurtin, dkk., 2019). Salah satunya yaitu dengan idol Kpop sebagai musisi. Musisi terbuka dengan kehidupan mereka melalui video dokumentasi, *behind the scene* dan konten online lainnya (Kurtin, dkk., 2019). Pada idol Kpop, platform-platform seperti bubble dan weverse juga turut membantu terjalinnya hubungan parasosial antara idol dan penggemar. Para penggemar akan merasa lebih dekat dengan idol yang disukainya setelah melakukan interaksi melalui platform berbayar seperti bubble (Al Hanif & Rachmawati, 2022).

Namun, hubungan parasosial yang dikembangkan penggemar bersama idol dapat memberikan dampak bagi kedua pihak. Bagi idol, kasih sayang dan support yang diberikan oleh penggemar juga dapat berubah menjadi menuntut. Para idol Kpop sering kali harus memenuhi harapan penggemarnya dalam hal penampilan, perilaku, dan interaksi, yang dapat menambah stres dan tekanan mereka (Mysyk, 2023). Sementara bagi penggemar, hubungan parasosial dapat memberikan dampak seperti ketidakpuasan hidup, frustrasi, keterasingan atau kesepian dan kegemaran untuk melarikan diri menggunakan media sosial dari kehidupan nyata (Baek, dkk., 2013). Hubungan parasosial juga dapat mengakibatkan munculnya perilaku penggemar yang tidak sehat. Contohnya yaitu sebagian dari penggemar Kpop merupakan penggemar obsesif yang berpartisipasi secara aktif dalam aktivitas ilegal seperti menguntit dan melanggar privasi idola (Tsai, 2022). Dalam Kpop, penggemar seperti ini disebut *sasaeng-fan* (Williams & Ho, 2015).

Dalam hal ini, beberapa produk media mulai mengangkat hubungan parasosial sebagai isi pesan yang ingin disampaikan kepada audiens. Salah satunya yaitu video musik Ditto (side A & side B) dan OMG milik NewJeans. Video musik ini masing-masing dirilis pada tanggal 19 Desember 2022 dan 2 Januari 2023. Video musik Ditto (side A & side B) telah ditonton sebanyak 36 dan 18 juta kali di Youtube. Sementara video musik OMG telah ditonton sebanyak 27 Juta kali di Youtube.

Usai dirilis, ketiga video musik tersebut menjadi topik hangat di kalangan penggemar karena dianggap memiliki tema yang unik. Para penggemar memiliki penerimaan yang beragam, mulai dari penggemar yang merasa relate dan setuju dengan hubungan parasosial dalam video musik tersebut hingga penggemar yang menolak pesan yang ingin disampaikan dalam video musik tersebut. Penggemar memiliki pemaknaan berbeda karena memiliki pengalaman dan pemahaman yang berbeda-beda. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui lebih lanjut bagaimana penerimaan penggemar terhadap hubungan parasosial yang ditampilkan dalam media massa seperti video musik Ditto (side A & side B) dan OMG. Untuk mengetahui penerimaan penggemar, digunakan teori analisis resepsi milik Stuart Hall yang membagi audiens menjadi 3 posisi yaitu menerima pesan yang disampaikan dalam musik videonya (*Dominant hegemonic*), menerima namun dengan syarat (*Negotiated position*), dan menolak pesan yang disampaikan (*Oppositional code*).

METHODS

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan analisis resepsi model *encoding-decoding* milik Stuart Hall. Objek dari penelitian ini adalah video musik Ditto dan OMG milik NewJeans. Dalam penelitian ini informan ditentukan dengan menggunakan teknik purposive sampling. Yang mana pada penelitian ini adalah 6 penggemar NewJeans yang berusia 20-25 tahun dan telah menonton video musik Ditto (side A & B) dan OMG. Batasan usia 20-25 tahun dipilih karena menurut hasil survey IDN Times (2019) 40,7 % penggemar Kpop di Indonesia berusia antara 20-25 tahun. Selanjutnya data pada penelitian ini yang telah dikumpulkan melalui wawancara mendalam dan dokumentasi kemudian dianalisis dan disusun hingga dapat mudah untuk dipahami oleh peneliti dan orang lain. Tahapan analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini sesuai dengan tahapan model analisis interaktif Miles, Herberman dan Saldana (2014) yaitu kondensasi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

RESULTS & DISCUSSION

Results

Hubungan Parasosial Dalam Video Musik Ditto (side A & side B)

Pesan mengenai hubungan antara idol dan penggemar atau hubungan parasosial pada video musik Ditto disampaikan dalam bentuk perumpamaan penggemar sebagai seorang gadis yang memiliki teman dekat semasa sekolah. Teman dekat mereka disini menggambarkan para idol yang mereka sukai. Pada Ditto side A diceritakan seorang gadis remaja bernama Ban Heesoo memiliki 5 teman dekat yaitu Minji, Hanni, Danielle, Haerin, dan Hyein. Di setiap scene diperlihatkan Heesoo selalu membawa kamera bersamanya, kamera tersebut digunakan untuk merekam kegiatan yang dilakukannya bersama teman-temannya. Di akhir video diperlihatkan bahwa sesungguhnya teman-teman Heesoo tidak benar-benar ada. Mereka hanya ada dalam imajinasi Heesoo. Cerita tersebut dilanjutkan pada video musik Ditto side B, Heesoo menyukai salah satu teman lakilakinya di sekolah. Pada saat yang sama, diperlihatkan Heesoo juga mulai menyadari bahwa teman-temannya tidak benar-benar ada. Yang sebelumnya Heesoo selalu berperan sebagai kameramen dan mengabadikan setiap kegiatan mereka kini hanya melihat mereka dari kejauhan. Video berdurasi 6 menit tersebut ditutup dengan Heesoo yang telah beranjak dewasa mengenang kembali kenangan lamanya bersama teman-temannya yang dia rekam melalui video rekaman.

Hubungan Parasosial Dibentuk Menggunakan Imajinasi

“Sayangnya hubungan kita sama idol emang adanya ya cuma di pikiran kita sendiri, kayak Ban Heesoo kita bisa ngerasa dekat sama idol padahal aslinya gak” (Informan 2, 20 tahun)

“Aku ngerasa relate juga waktu nonton soalnya kayak Heesoo aku nganggep mereka teman padahal kita cuman idol sama fans” (Informan 3, 21 tahun)

“Ditto secara gak langsung itu kritik halus buat kita, ngingetin kalau kita sama idol itu gak benar-benar temenan” (Informan 5, 22 tahun)

Informan 2, 3 dan 5 berpendapat hubungan antara idol dan penggemar tidak benar-benar nyata dan dibangun oleh imajinasi penggemar. Sama seperti yang diperlihatkan NewJeans dalam video musik Ditto (side A & side B). Penggemar merasa dekat dan menganggap idol sebagai teman mereka. Namun, pada

kenyataannya itu hanya ada di pikiran mereka. Idol tidak benar-benar dekat dengan penggemar sebagai mana yang dirasakan oleh penggemar.

“Side B lebih berasa sedih kita kayak disadarin kalau kita itu sendirian idol kita nggak ada di sisi kita dan nanti kita bakal pisah terus ngelihat lagi dulu idol ini pernah jadi bagian dari hidup kita nemenin kita” (Informan 1, 24 tahun)

Menurut informan 1, saat melihat video musik Ditto side B, informan 1 merasa lebih sedih karena dalam video musik Ditto side B diperlihatkan Ban Heesoo yang bahwa menyadari hubungannya dengan teman-temannya tidak benar-benar nyata. Informan 1 menyebutkan hal tersebut membuat dirinya ikut tersadar bahwa hubungannya dengan idolnya hanya dibangun dengan imajinasi sehingga walaupun dirinya merasa idolnya selalu bersamanya, nyatanya idol tersebut tidak benar-benar bersamanya.

“Kita sebagai fans itu kadang suka asik sendiri sama idol kita jadi nggak perhatian sama dunia luar ya kayak si Ban Heesoo ini, dia keasikan main sama NewJeans. Kadang juga saking asiknya kita fangirlingan sampe dianggap halu sama non-Kpopers” (Informan 1, 24 tahun)

“Sejujurnya aku agak sedih nontonnya keinget sama cowok cewek Kpopku hahaha... kadang aku tuh keseringan main sama mereka jadi agak terasing gitu kayak Heesoo, soalnya aku merasa udah ada teman jadi malah yang di rl (real-life) aku jauhin. Padahal kan ya aslinya pertemananku sama cowok cewek Kpop ini tuh nggak nyata” (Informan 5, 22 tahun)

Informan 1 menambahkan pendapatnya dengan memberikan contoh pengalamannya sebagai penggemar yang terkadang dianggap berhalusinasi oleh orang-orang di sekitarnya karena terlalu asik menghabiskan waktu dengan idolnya. Informan 5 juga memiliki pendapat yang selaras dengan pendapat milik informan 1. Menurut pengalaman informan 5, dirinya terkadang merasa terasing karena merasa telah memiliki teman yaitu idolnya sehingga menjauhi teman-temannya di dunia nyata. Informan 5 juga mengatakan dirinya melakukan hal tersebut walaupun telah menyadari bahwa hubungan pertemanannya dengan idol hanya ada di imajinasinya.

“Aduh ini tuh tuh berat tapi kita harus nerima fakta kalau emang kita itu kayak Heesoo alias cuma halu. Pasti ada yang ‘tapi idolku sesayang itu sama aku blablabla’ iya tapi kamu tuh cuma satu dari sekian ratus juta fansnya, dia gak kenal kamu in person” (Informan 4, 22 tahun)

Menurut informan 4, fakta bahwa hubungan antara penggemar dan idol hanyalah imajinasi merupakan kenyataan pahit yang harus diterima oleh para penggemar. Walaupun mengetahui bahwa para idol sering mengatakan bahwa mereka benar-benar menyayangi penggemarnya. Namun, idol tersebut memiliki banyak penggemar dan tidak benar-benar mengenal penggemarnya secara pribadi.

“Gimana ya kak, sebenarnya menurutku ada yang kurang tepat soalnya kalau jaman sekarang kan ada weverse ada bubble ada live, kita itu beneran interaksi habis waktu bareng gitu gak semuanya dari imajinasi, tapi balik lagi Ditto kan jaman 90-an ya” (Informan 6, 20 tahun)

Informan 6 sebaliknya memiliki pendapat yang sedikit berbeda. Menurutnya penggambaran hubungan parasosial dalam video musik Ditto kurang tepat. Hal tersebut dikarenakan, pada saat ini terdapat banyak platform seperti Weverse, Bubble, dan Live yang memungkinkan penggemar benar-benar berinteraksi dan

menghabiskan waktu bersama idolnya. Sehingga menurut informan 6, hubungan parasosial tidak sepenuhnya dibangun menggunakan imajinasi.

Hubungan Parasosial Tidak Memiliki Timbal Balik

“Iya kan mereka aja nggak tahu kalau kita hidup. Bagi aku mereka itu cuma kerja, kita itu jauh banget, gak bener-bener kenal.” (Informan 4, 22 tahun)

“Sedih sih tapi ya emang kan cuma penggemar, nggak mungkin dianggap sekedat itu” (Informan 5, 22 tahun)

Informan 4 dan 5 keduanya menganggap hubungan antara idol dan penggemar hanya sebatas itu dan tidak terjalin secara nyata. Idol hanya melakukan pekerjaannya sementara penggemar hanya menikmati hasil karya idol tersebut. Informan 4 dan 5 juga merasa bahwa walaupun idol dan penggemar tapi hubungan antara keduanya sangat jauh.

“hahaha aku nggak tahu ya kak aslinya mereka gimana kan kita cuma lihat luarnya aja tapi kalau lihat ada yang sampai nangis waktu bahas fans gitu gitu kayaknya ya mereka beneran nganggep kita itu ada” (Informan 1, 24 tahun)

“Hmm gimana ya kak. Mungkin ada yang bilang idol itu cuma kerja, iya setuju mereka emang kerja tapi menurutku bukan berarti mereka gak tulus. Mungkin juga iya ada yang nggak attached sama fansnya tapi juga aku yakin nggak sedikit yang beneran sayang sama fansnya” (Informan 2, 20 tahun)

Informan 1 dan 2 berpendapat bahwa walaupun beberapa diantara penggemar lain menganggap idol berinteraksi hanya sebatas memenuhi tuntutan pekerjaan. Namun, tidak menutup kemungkinan bahwa perasaan dan perlakuan mereka kepada penggemar tulus. Hal tersebut dibuktikan oleh emosi yang diperlihatkan idol tersebut saat membicarakan tentang penggemarnya.

“Kalo bagi idolnya hmmm aku nggak tahu kalau idol lain gimana tapi kalau idolku juga kayaknya nganggep aku teman. Teman main, teman ngobrol” (Informan 3, 21 tahun)

“Idol sama fans sekarang itu banyak interaksinya loh, apalagi di bubble atau weverse gitu tapi ya mungkin merekanya lebih kayak nganggep kita teman online aja gitu” (Informan 6, 20 tahun)

Informan 3 dan 6 menyebutkan bahwa mereka meyakini hubungan antara idol dengan penggemar seharusnya tidak hanya terjadi sepihak. Karena idol juga menganggap penggemarnya sebagai teman sama seperti penggemar melihat idolnya. Mereka berinteraksi, bercerita dan menghabiskan waktu bersama idolnya melalui media sosial seakan-akan mereka sedang bersama dengan seorang teman yang sudah dikenalnya. Idol pun demikian membagikan sesuatu seperti bagaimana mereka menceritakan hari-harinya kepada teman-temannya.

Hubungan Parasosial Tidak Bertahan Selamanya

“Relate soalnya ya mau gimana idol sama fans emang bakal selamanya, kayak yang digambarin di MV Ditto. Soalnya aku juga ngerasain sendiri sekarang udah umur segini aku Kpop-an nggak se-aktif dulu. Kalau ada yang bikin sebel juga udah nggak nanggepin lagi soalnya udah banyak yang dipikirin di rl (real-life). cuma mau lihat yang bikin aku seneng aja” (Informan 1, 24 tahun)

“Kak sumpah itu aku juga ikutan sedih gimana ya kebayang nanti kalau udah dewasa terus aku udah nggak jadi fangirl lagi” (Informan 2, 20 tahun)

“Nggak mungkin selamanya juga sih nanti kalau aku udah sibuk pasti ya mulai kurang fangirlingnya” (Informan 3, 21 tahun)

“Pasti pisah lah nggak mungkin enggak, entah pisahnya gara-gara naksir grup lain atau udah sibuk di dunia nyata” (Informan 4, 22 tahun)

“Hahaha aku aja nggak tahu aku bakal suka Heeseung sama Hanni sampai kapan, nggak bakal selamanya juga sih kalau udah sibuk atau nggak tertarik lagi kan ya bisa aja” (Informan 5, 22 tahun)

“Hubungan idol sama fans kalau aku kayak teman sekolah di MV Ditto. Teman sekolah kan ada masanya, nah itu sama. Aku sama idolku juga ada masanya, nanti kalau udah tambah dewasa nanti bakal pisah masing-masing” (Informan 6, 20 tahun)

Seluruh informan setuju bahwa hubungan idol dan penggemar tidak akan berlangsung untuk selamanya. Suatu saat nanti penggemar akan secara perlahan mulai meninggalkan idolnya. Seperti yang disebutkan oleh informan 1 yang merasa sudah mulai merasakan bahwa dengan bertambahnya usia, dunia penggemar sudah bukan lagi menjadi prioritas utama. Selain faktor kesibukan, penggemar kemungkinan akan meninggalkan idolnya saat merasa sudah lagi tidak tertarik dengan idol tersebut seperti yang disebutkan oleh Informan 4 dan 5.

Idol Bagi Penggemar

“Bagus sih kak digambarinnya pakai pertemanan di sekolah soalnya emang itu paling pas buat gambarin parsosnya, kita kan apa ya ibaratnya sama idol itu seneng-seneng gitu kayak sama teman” (Informan 2, 20 tahun)

“Ya soalnya menurutku aku sama idolku kayak teman. Aku kalau main sama mereka, kalau sedih larinya juga ke mereka” (Informan 3, 21 tahun)

“Pinter kak itu konsepnya pake teman sekolah kalau teman sekolah kan gitu ada masanya. Kalau udah lulus yaudah selesai, ganti teman baru lagi. Kayak kita kalau udah selesai misal udah sibuk atau suka grup lain yaudah berarti masanya udah selesai” (Informan 6, 20 tahun)

Informan 2, 3 dan 6 menganggap hubungan idol dan penggemar sebagai hubungan pertemanan seperti yang digambarkan dalam video musik NewJeans. Mereka merasa menghabiskan waktu bersama idolnya sama seperti bagaimana mereka menghabiskan waktu dengan teman. Informan 6 mengibaratkan hubungan parasosial antara idol dan penggemar seperti hubungan pertemanan dalam video musik Ditto (side A & side B). Hubungan pertemanan pada saat sekolah hanya akan berlangsung pada saat bersekolah. Setelah lulus kemungkinan masing-masing individu akan berjalan di jalannya masing-masing sama seperti hubungan antara idol dan penggemar. apabila telah usai masanya dan mulai sibuk keduanya akan berpisah dan menjalani hidupnya masing-masing.

“Mereka inspirasiku, aku ngelihatnya kayak sosok yang ngasih support dan nasehat kalau lagi jatuh jadi aku nggak terpuruk lama-lama” (Informan 1, 24 tahun)

“Inspirasi, motivasi apa ya pokoknya kayak role model gitu biar aku juga bisa jadi sukses kayak mereka” (Informan 4, 22 tahun)

“Motivasi, soalnya mereka kan pada masih muda tapi udah sukses dan ada yang dia tuh nggak langsung perfect gitu tapi improve terus jadi makin bagus. Itu bikin aku termotivasi” (Informan 5, 22 tahun)

Informan 1, 4 dan 5 melihat idol yang disukai sebagai inspirasi dan motivasi yang menjadikan mereka untuk berkembang menjadi lebih baik dari pada sebelumnya. Idol yang sukses pada usia muda menjadi salah satu hal yang

menginspirasi. Selain itu, Informan 5 juga menyebutkan tidak semua idol langsung sempurna dengan bakat yang dimilikinya, beberapa diantaranya juga memperlihatkan perkembangan yang luar biasa seiring berjalannya waktu. Sehingga hal tersebut memberikannya motivasi untuk tidak menyerah. Informan 1 juga menambahkan bahwa support dan nasehat yang terkadang diberikan oleh idol dapat membantunya bangkit apabila keadaan tidak berjalan sesuai yang diinginkan.

Dampak Hubungan Parasosial Bagi Penggemar

“Dampaknya pasti ada sih ya kayak yang digambarin di Ditto, aku pribadi juga ngerasain sih aku lebih tertutup dari teman-temanku. Ya soalnya itu sama kayak si Ban Heesoo aku udah terlanjur nyaman cuma ada di duniaku sendiri yang isinya aku sama idolku” (Informan 1, 24 tahun)

“Aku pernah baca katanya parasos itu bikin kita ngerasa kesepian soalnya jauh dari dunia nyata. Dan itu kayaknya bener banget. Aku juga ngerasain sih kak. Makanya pas nonton Ditto itu agak nyess gitu ibarat si cowok itu reality ya kita tuh terlalu fokus sama idol kita jadi jauh sama reality. Giliran kita mau balik ke reality konsekuensinya ya kita nggak bakal sedeket itu lagi sama idol kita alias cuma bakal ngeliatin dari jauh kayak Heesoo” (Informan 2, 20 tahun)

“Pasti ada ya kak kayak Heesoo itu kan dampaknya terus yang parah itu kayak fans yang fanatik kan itu juga dampak parasos (parasosial) mereka terlalu dekat sama idolnya sampai ngerasa itu hidupnya makanya dibela mati-matian” (Informan 5, 22 tahun)

Informan 1 dan 2 merasakan dampak dari hubungan parasosial antara idol dan penggemar salah satunya seperti kesepian dan terasing dari lingkungan sekitarnya. Sebagai penggemar, Informan 1 dan 2 merasa jauh dari dunia nyata karena terlalu fokus dengan idolnya. Informan 2 mengibaratkan pemeran laki-laki di video musik Ditto (side A & side B) sebagai dunia nyata yang mana apabila penggemar memilih bersama idolnya akan semakin jauh dari dunia nyata. Namun, sebaliknya saat penggemar ingin kembali pada kenyataan, konsekuensi yang harus diterima adalah penggemar tidak lagi dekat dengan idolnya seperti sebelumnya. Sementara Informan 5 juga menambahkan dampak lain dari hubungan parasosial bagi penggemar yaitu apabila terlalu dekat dengan idolnya hingga penggemar tersebut merasa mereka itu adalah hidupnya maka akan berujung pada fanatisme.

“Kalau berlebihan iya. Tapi kalau masih wajar menurutku ya nggak papa jadi support atau motivasi buat kita. Yang penting tahu batasan aja” (Informan 3, 21 tahun)

“Nggak semua sih, tergantung masing-masing kalau berlebihan ya pasti berdampak buruk kayak jadi toxic gitu gitu. Ya makanya kalau ngefans itu ya sewajarnya aja” (Informan 4, 22 tahun)

“Sebenarnya balik lagi ke individunya, kalau nganggep teman gitu biar nggak kesepian juga nggak papa, tapi yang jelek kan kadang lupa kalau nggak beneran temenan sama mereka, aku juga begitu tapi aku tetap interaksi sama orang-orang di rl (real-life) jadi menurutku masihimbang sih” (Informan 6, 20 tahun)

Informan 3, 4 dan 6 melihat hubungan parasosial sebagai hal yang netral. Apabila dilakukan secara berlebihan pastinya membawa dampak negatif. Namun, apabila dilakukan sewajarnya, hubungan parasosial justru dapat membantu penggemar untuk tetap termotivasi. Sehingga akan lebih baik apabila menyukai

sesuatu secara tidak berlebihan. Informan 6 juga menambahkan bahwa penggemar tetap harus berinteraksi dengan individu lain di sekitarnya sehingga tidak hanya tenggelam dalam imajinasi yang dibuatnya sendiri.

Hubungan Parasosial Dalam Video Musik OMG

video musik OMG yang telah ditonton sebanyak 27 juta kali di Youtube juga masih mengusung tema yang sama yaitu hubungan parasosial. Yang membedakan video musik OMG dan Ditto yaitu pada video musik OMG tidak lagi diceritakan dari sudut pandang Heesoo, melainkan dari sudut pandang NewJeans sebagai idol. Video musik OMG dibuka dengan anggota NewJeans yang sedang menjalani sesi konsultasi di sebuah rumah sakit jiwa. Dalam video musik ini anggota NewJeans memiliki halusinasinya masing-masing yang menggambarkan bagaimana idol kehilangan jati dirinya akibat banyaknya tuntutan yang diberikan oleh publik.

Ekspektasi Penggemar Terhadap Idol

“Ya emang kak, fans kan kebanyakan mau lihat yang kita suka doang jadi kita tuh berusaha realisasiin gambaran idol di otak kita itu ke idolnya langsung” (Informan 2, 20 tahun)

“Ini fakta yang harus diakuin sih kita banyak nuntut ina itu ke idol. Kebanyakan ekspektasi ke idol dan berat juga jadi mereka soalnya disuruh ngikutin ekspektasinya orang-orang” (Informan 6, 20 tahun)

Informan 2 dan 6 menyebutkan penggemar terlalu banyak berekspektasi terhadap idol. penggemar hanya ingin melihat apa yang mereka suka dengan berusaha merealisasikan gambaran idol yang dibuatnya di pikirannya kepada idol yang disukainya. Namun, ekspektasi yang dibuat penggemar untuk para idol tersebut akan membuat mereka tertekan karena harus mengikuti ekspektasi penggemar yang beragam.

“Di akhir video kalau nggak salah ada cowok yang lagi ngetik hate speech di Twitter terus distop sama Minji, itu kayak gambaran kita sebagai konsumen Kpop idol nggak sih? Nuntut ina itu sampe kadang jadi hate speech” (Informan 6, 20 tahun)

Informan 6 juga memberikan contoh mengenai hubungan parasosial dalam video musik OMG yang digambarkan melalui salah satu *scene* yang memperlihatkan penggemar yang mencoba mengatur idolnya melalui cuitan di media sosial yang mana cuitan tersebut malah menjurus pada ujaran kebencian untuk para idol. Sebelum akhirnya dihentikan oleh Minji. Sama seperti yang biasanya terjadi dalam hubungan antara idol dan penggemar. Penggemar terlalu banyak menuntut para idol sehingga terkadang tuntutan tersebut apabila tidak dipenuhi akan berubah menjadi ujaran kebencian.

“Yang paling ketara itu menurutku pas Haerin di Ditto kan dipanggil kucing sama Minji tapi dia bilang ‘Aku bukan kucing’ tapi di MV OMG ironisnya malah dia halusinasi jadi kucing” (Informan 2, 20 tahun)

Bagi Informan 2, peran Haerin dalam video musik Ditto dan OMG menggambarkan bagaimana penggemar berusaha memproyeksikan ekspektasinya kepada idol hingga idol tersebut kehilangan jati dirinya karena terus-menerus mengikuti keinginan penggemar. Dalam video musik Ditto terdapat salah satu *scene* yang mana dalam *scene* tersebut Haerin menolak untuk dipanggil kucing. Namun, dalam video musik OMG, Haerin pada akhirnya berhalusinasi menjadi kucing.

“Kayak Minji gitu ya misalnya soalnya dia paling tua, kita lihat Minji kalau sama adik-adiknya ngayomi banget jadi terciptalah image Minji ini bijak, dewasa makanya di OMG dia ibarat dokter” (Informan 1, 24 tahun)

Sementara informan 1, memberikan contoh Minji yang berperan menjadi dokter dalam video musik OMG merupakan member tertua di NewJeans. Minji seringkali dianggap bijak dan dewasa. Image tersebut tercipta karena Minji merupakan anggota tertua di NewJeans, Minji dianggap paling dewasa dan mengayomi anggota lainnya yang memiliki usia lebih muda darinya.

“Narasi Hanni di awal waktu jadi iPhone itu kan dia bilang pokoknya gak penting aku siapa, yang penting aku ada buat kamu soalnya dia bisa ngelakuin apa aja yang diminta sama si user iPhone ini. Itu metafora paling bagus buat gambarin idol sama fans menurutku” (Informan 1, 24 tahun)

Informan 1 juga menambahkan peran Hanni sebagai iPhone merupakan metafora paling tepat untuk menggambarkan hubungan antara idol dan penggemar. Video musik OMG dibuka dengan narasi Hanni yang menganggap dirinya iPhone. Sebagai iPhone, Hanni dapat melakukan apapun yang diminta oleh penggunanya. Maka dari itu, Hanni berkata bahwa tidak penting lagi siapa jati dirinya yang sebenarnya karena Hanni ada untuk penggunanya. Dalam *scene* ini menurut informan 1, idol diibaratkan sebagai Hanni yang menganggap dirinya iPhone, dan penggemar merupakan penggunanya.

“Hanni juga bilang dia awalnya bingung antara jati dirinya sama apa yang dibilang orang-orang tentang dia. Ya soalnya banyak label yang dikasih, banyak standar yang harus dipenuhi” (Informan 1, 24 tahun)

Informan 1 melengkapi pendapatnya tentang peran Hanni sebagai iPhone dengan narasi Hanni yang lain yang menyebutkan bahwa dirinya pada awalnya kebingungan menentukan antara jati dirinya dan apa yang dikatakan oleh orang-orang mengenai dirinya. Hal tersebut sama seperti idol yang kesulitan mengenali jati dirinya karena terlalu banyak label yang diberikan oleh publik dan standar yang harus dipenuhi.

“Mungkin gini ya kebanyakan kan idol itu jadi inspirasi atau gak ya tipe ideal gitu kan ya nah kita pasti ngelihat orang yang jadi inspirasi kita itu sempurna bagus dalam segala hal makanya kita pengen jadi kayak mereka. Atau nggak tipe ideal deh misal we're craving for someone perfect even kita tahu gak ada yang perfect akhirnya kita berusaha buat bikin idol itu se-perfect yang kita mau karena di dunia nyata kita gak bisa jadi perfect ataupun dapet orang yang perfect” (Informan 3, 21 tahun)

Informan 3 berpendapat idol biasanya menjadi inspirasi bagi penggemarnya. Penggemar melihat idol tersebut sangat sempurna hingga menjadikannya inspirasi dan motivasi untuk menjadi seperti mereka. Selain itu penggemar juga biasanya melihat idol tersebut sebagai tipe ideal. Tentunya siapa saja akan menginginkan pasangan yang sempurna walaupun sudah mengetahui bahwa tidak ada manusia yang sempurna sehingga dengan menjadikan idol tersebut sebagai tipe ideal ataupun inspirasi, penggemar akan membangun citra idol tersebut sebagai sosok yang sempurna di pikiran mereka.

“Kalo itu sebenarnya gak salah fans juga sih soalnya kan kita sebagai penggemar nerima apa yang dikasih sama agensi, sebelum debut mereka udah

disiapin segala macem baru dikasih lihat ke kita, jadi ya yang ngasih label awalnya agensinya fansnya ngikutin” (Informan 4, 22 tahun)

“Soalnya dari awal agensi juga ngasih lihat ke kita kayak mereka itu perfect, jadi image idol di otak kita ya pasti perfect” (Informan 5, 22 tahun)

Berbeda dengan 4 pendapat sebelumnya, informan 4 dan 5 sepakat ekspektasi tinggi yang didapat oleh idol tidak hanya diberikan oleh penggemar, melainkan perusahaan juga turut andil dalam hal ini. Keduanya berpendapat sebelum diperkenalkan kepada publik, para idol tersebut sudah lebih dulu melalui proses pelatihan dan persiapan untuk debut. Perusahaan telah mengatur segala persiapan debut para idol tersebut sehingga penggemar hanya menerima idol tersebut sesuai bagaimana perusahaan ingin idol tersebut dilihat oleh publik.

Dampak Hubungan Parasosial Bagi Idol

“Iyalah, bayangin aja kita dikasih label sama orang lain dan dipaksa buat ngikutin label itu, lama-lama itu udah bukan jadi sekedar label lagi soalnya kita udah terbiasa” (Informan 1, 24 tahun)

“Pasti ngaruh ke mentalnya juga ke pribadinya juga, kita yang bukan idol aja suka bingung apa kata orang sama diri kita yang sebenarnya” (Informan 3, 21 tahun)

Informan 1 dan 3 setuju bahwa hubungan parasosial memiliki dampak negatif bagi idol. Label yang diberikan oleh penggemar akan sulit untuk tidak diikuti. Sementara label-label tersebut merupakan penyebab para idol kehilangan jati diri mereka. Informan 3 juga menambahkan kondisi yang seperti itu apabila terus-menerus berlanjut kemungkinan akan mempengaruhi kesehatan mental dan kepribadian idol tersebut

“Setuju sih kak apalagi jadi idol Kpop itu susah banget kayak kamu harus perfect. Kalau ada salah dikit aja duuh. Kan kasihan juga kalau idol ini harus ngikutin standar abc dari orang lain giliran nggak sesuai either bakal ditinggalin atau dihujat” (Informan 2, 20 tahun)

“Makanya aku bilang tadi Ditto sama OMG itu kritik halus buat kita semua sebagai fans, nggak cuma Bunnies aja tapi semua fans. Idol selamanya itu idol dan kita selamanya cuma fans. Nggak kurang nggak lebih. Udah, ada batasannya disitu. Kadang kita suka kelewatan ngatur-ngatur ini itu. Padahal simple loh kalo suka ya support nggak suka yaudah berarti target pasarnya bukan kita. Nggak perlu lah maksain idol buat ngikutin standar kita” (Informan 5, 22 tahun)

Informan 2 dan 5 menjelaskan dampak dari hubungan parasosial bagi idol dengan memberikan contoh bagaimana idol Kpop diperlakukan oleh para penggemar. penggemar seringkali mengatur idol yang disukai, membentuknya menjadi bagaimana penggemar ingin melihat idol tersebut. Sehingga idol Kpop pada akhirnya dipaksa untuk menjadi sempurna dengan mengikuti seluruh kemauan dari penggemar apabila tidak ingin dihujat maupun ditinggalkan. Menurut Informan 5 hal tersebut seharusnya tidak perlu dilakukan karena penggemar hanya berstatus sebagai penggemar dan tidak lebih.

“Bisa jadi sih, aku nggak terlalu paham soalnya aku nggak di posisi si idol, tapi idol imagenya buatan agensi menurutku iya nah agensinya tahu ini fans fansnya suka yang gimana makanya dibikin seperfect mungkin dan mereka iya iya aja soalnya ya kayaknya mereka takut ditinggalin kalau nggak perfect” (Informan 4, 22 tahun)

“Soalnya idol nggak bisa jadi diri mereka sendiri, dari awal aja mereka dibatesin ini itu sama agensi terus ketemu sama fansnya makin makin ya disuruh jadi kucing jadi princess. Mereka nurut aja mungkin juga mereka takut bakal ditinggal sama fansnya kalau nggak nurutin. Tapi ya dampaknya itu mereka jadi bingung mereka ini sebenarnya siapa” (Informan 6, 20 tahun)

Informan 4 dan 6 sama-sama berpendapat idol akan mengikuti keinginan penggemar karena tidak ingin ditinggalkan. Informan 4 juga mengatakan image idol sengaja dibentuk oleh perusahaan yang menaungi mereka agar menjadi sempurna dan disukai oleh banyak penggemar. Sementara idol hanya menerima apa yang diperintahkan oleh perusahaan karena juga merasa menjadi sempurna membuatnya banyak disukai oleh penggemar. Sementara informan 6 menambahkan, penggemar akan memberikan label kepada idol dan menuntut idol tersebut untuk mengikuti label yang diberikan. Label tersebut yang kemudian membuat idol bingung siapa dirinya yang sebenarnya.

Discussion

Dari penelitian ini didapatkan hasil bahwa informan merupakan khalayak aktif sehingga setiap informan memiliki beragam posisi yang berbeda-beda. Pada video musik Ditto (side A & side B) informan 1,2,3,4 dan 5 menyetujui konsep hubungan parasosial yang dibentuk menggunakan imajinasi. Menurut kelima informan tersebut dengan penggemar menganggap idol lebih dari sekedar idol membuktikan bahwa hubungan parasosial dibangun dengan menggunakan imajinasi. Karena idol dan penggemar tidak benar-benar memiliki hubungan khusus. Sementara informan 6 tidak sepenuhnya setuju dengan konsep hubungan parasosial yang hanya dibangun menggunakan imajinasi. Menurut informan 6, pada saat ini penggemar benar-benar berinteraksi dan menghabiskan waktu bersama idol melalui platform-platform khusus penggemar seperti *Weverse* dan *Bubble*. Sehingga hubungan parasosial tidak sepenuhnya menggunakan imajinasi.

Penggemar mungkin menganggap idol lebih dari sekedar idola. Namun, dalam hubungan parasosial, interaksi yang dilakukan penggemar tidak dilakukan secara langsung sehingga hubungan ini sebenarnya bersifat sepihak dan kurang atau bahkan tidak memiliki timbal balik sebagaimana karakter media tersebut tidak mengetahui keberadaannya ataupun tidak memiliki kesadaran mengenai hubungan yang dibangun dengan penggemar (Chung & Cho, 2014). Karena kurangnya timbal balik, maka hubungan parasosial ini dibentuk dengan bantuan imajinasi. Dalam hal ini, informan 4 dan 5 menyakini bahwa para idol tidak mungkin melihat mereka sama seperti bagaimana mereka melihat idol. Hubungan antara penggemar dan idol merupakan hubungan yang sangat jauh yang dibangun menggunakan imajinasi penggemar. Sehingga penggemar tidak mungkin untuk mendapatkan timbal balik. Sementara informan 1, 2, 3 dan 6 berpendapat sebaliknya. Beberapa idol mungkin dianggap berinteraksi dengan penggemar demi memenuhi tuntutan pekerjaan. Namun, mereka meyakini beberapa lainnya benar-benar memiliki perasaan yang tulus kepada penggemar.

Video musik Ditto (side A & side B) memberikan fakta bahwa hubungan parasosial antara idol dan penggemar suatu saat akan berakhir. Hal tersebut dikarenakan penggemar yang semakin bertumbuh dewasa akan mulai fokus pada kesibukannya di dunia nyata dan perlahan mulai menjauh dari para idol. Dalam hal ini seluruh informan setuju bahwa hubungan parasosial tidak akan bertahan

selamanya. Contoh lain yang disebutkan oleh para informan sebagai penyebab penggemar memutuskan meninggalkan idolnya adalah penggemar yang merasa sudah tidak tertarik lagi dengan idol yang disukai. Dalam hubungan parasosial dikenal pula istilah *parasocial breakup* yang mana maksudnya adalah saat para penggemar “putus” dengan idolnya. Penggemar meninggalkan idolnya dapat diartikan sebagai suatu keadaan atau proses, dimana seseorang tidak lagi menganggap dirinya sebagai penggemar seseorang (He & Sun, 2022). Proses putus dengan idol dapat didefinisikan sebagai perubahan bertahap dari keadaan keterikatan yang mendalam, obsesi, identifikasi, dan komitmen terhadap idola dan komunitas penggemar dari penggemar setia menjadi non-penggemar (Rezapour dkk, 2021). Perpindahan antara idol dan penggemar dapat dipicu oleh berbagai macam faktor, mulai dari sang idola, komunitas penggemar hingga penggemar tersebut sendiri (Bravo dkk, 2017). Seperti memudarnya ketertarikan terhadap idol dan tekanan hidup (He & Sun, 2022).

Hubungan parasosial dimulai saat penggemar menganggap idol lebih dari sekedar idol. Mereka mulai memperlakukannya seperti layaknya mereka saling mengenal satu sama lain atau bahkan mungkin merasa berada pada satu lingkup pertemanan yang sama (Horton & Wohl, 1956). Audiens mungkin akan menganggap karakter media sebagai teman, konselor, penenang, dan panutan (Horton & Wohl, 1956). Informan 2, 3 dan 6 sepakat melihat idolnya sebagai seorang teman yang selalu menemani dan menghabiskan waktu bersama mereka. Mereka menyebutkan bahwa idol yang disukai adalah tempat yang dicari saat mereka butuh hiburan hingga nasehat. Sama seperti bagaimana teman bermakna untuk mereka. Sementara itu informan 1, 4 dan 5 melihat idol sebagai motivasi dan inspirasi yang menjadikan mereka untuk tidak pantang menyerah dan terus berkembang menjadi lebih baik. Penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya telah menunjukkan bahwa media mempengaruhi pendapat khalayak seperti bagaimana media juga mempengaruhi sikap dan perilaku khalayak (Sokolova & Perez, 2021). Perilaku idola penting bagi penggemar karena mereka tidak hanya melihat mereka sebagai artis tetapi juga menjadikan mereka sebagai panutan. Idola dipandang sebagai sumber motivasi mereka dan membuat penggemar ingin memiliki mimpi dan menjalani kehidupan yang lebih utuh (Setyatno dkk, 2017).

Hubungan parasosial yang dibentuk dengan imajinasi dapat memicu dampak negatif apabila penggemar tidak waspada. Contohnya yaitu seperti ketidakpuasan hidup, frustrasi, keterasingan atau kesepian dan kegemaran untuk melarikan diri menggunakan media sosial dari kehidupan nyata (Baek, dkk., 2013). Menurut Informan 1, 2 dan 5 hubungan parasosial pasti memiliki dampak negatif bagi seluruh penggemar. Penggemar seringkali terlalu fokus pada idolnya hingga kurang memperdulikan lingkungan sekitarnya sehingga dapat memicu kesepian. Tiga informan lainnya yaitu informan 3, 4 dan 6 menganggap netral hubungan parasosial. Yang mana menurut mereka hanya akan berdampak buruk apabila dilakukan secara berlebihan. Apabila masih dalam batas wajar, sebaliknya hubungan parasosial dapat menjadi motivasi dan support. Hubungan antara penggemar dan idola memiliki kemiripan dengan hubungan nyata di benak penggemar karena memberi penggemar semacam kenyamanan dan penghiburan menghadapi masa-masa sulit (Setyatno dkk, 2017). Hubungan parasosial juga

memberikan dampak positif antara lain menjadi cara untuk lebih memahami diri sendiri (Madison & Porter, 2015), meningkatkan kesadaran diri setelah melihat persona media yang sukses, efikasi diri, kepuasan, dan kenyamanan (Hartmann, 2016 dalam Ng dkk., 2023).

Sementara itu, berbeda dari video musik Ditto (side A & side B). Dalam video musik OMG diperlihatkan hubungan parasosial dari sisi idol. Ketika penggemar merasa terhubung dengan idolnya, penggemar akan membuat asumsi dan opini mengenai kehidupan idolnya. Penggemar Kpop bisa sangat setia namun juga menuntut. Para idol Kpop sering kali harus memenuhi harapan penggemarnya dalam hal penampilan, perilaku, dan interaksi, yang dapat menambah stres dan tekanan mereka (Mysyk, 2023). Informan 1, 2, 3, dan 6 setuju bahwa penggemar memiliki banyak ekspektasi kepada idol yang mengakibatkan penggemar memberikan label dan standar yang harus dipenuhi oleh para idol. Sementara informan 4 dan 5 tidak setuju apabila hanya penggemar yang dianggap terlalu menuntut idol tersebut dengan ekspektasi-ekspektasi yang diberikan. Menurut informan 4 dan 5, perusahaan juga turut berperan dalam hal ini. Sebelumnya perusahaan telah membentuk citra idol tersebut sehingga saat diperkenalkan, penggemar akan melihat idol dengan citra yang telah dibuat oleh perusahaan. Baru setelahnya muncul label-label yang diberikan oleh penggemar. Dalam Kpop, istilah *trainee* atau pelatihan telah dikenal secara luas. Trainee dapat berlangsung dari 2 bulan hingga 8 tahun (Padget, 2017). Citra idola seperti *cute* dirancang oleh agensi hiburan melalui berbagai platform pemasaran seperti pertunjukan di atas panggung, acara TV realitas, dan acara bincang-bincang variety TV (Yoon, 2017).

Label dan tuntutan yang diberikan kepada idol seperti ini apabila dilakukan secara terus-menerus, dikhawatirkan dapat memberi tekanan untuk idol dan memungkinkan hilangnya jati diri dari para idol. Seluruh informan dalam penelitian ini sepakat bahwa hubungan parasosial juga membawa dampak buruk tidak hanya bagi penggemar, namun juga bagi idol. Para idol Kpop sering kali harus memenuhi harapan penggemarnya dalam hal penampilan, perilaku, dan interaksi, yang dapat menambah stres dan tekanan mereka. Di satu sisi, dukungan dan validasi dari penggemar dapat memberikan tujuan dan motivasi. Di sisi lain, ekspektasi yang tidak realistis, pelanggaran privasi, dan cyberbullying dari penggemar dapat mengakibatkan tekanan psikologis dan memperparah masalah kesehatan mental, seperti depresi dan kecemasan (Mysyk, 2023).

Dengan Teori Analisis Resepsi milik Stuart Hall, penggemar dapat dibagi menjadi 3 posisi berdasarkan penerimaannya terhadap video musik Ditto (side A & side B), video musik OMG dan hubungan parasosial. 3 Posisi ini yaitu Dominant Hegemonic, Negotiated Position dan Oppositional Code. Pada posisi Dominant Hegemonic penggemar menyetujui dan menerima seluruh pesan secara utuh sesuai bagaimana pesan tersebut ingin disampaikan kepada penggemar. Dalam posisi Negotiated Position, penggemar hanya menyetujui dan menerima sebagian pesan yang disampaikan yang kemudian digabungkan dengan pemahaman dan pemikiran pribadi milik penggemar. Yang terakhir yaitu Oppositional Code. Pada posisi ini penggemar sepenuhnya menolak pesan yang disampaikan oleh media, sebaliknya penggemar menggunakan pemikiran pribadinya untuk mengartikan pesan tersebut.

CONCLUSION

Berdasarkan hasil analisis pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pemahaman antar penggemar mengenai hubungan parasosial dalam video musik Ditto (side A & side B) dan OMG milik NewJeans berbeda-beda sesuai dengan bagaimana pemikiran dan pengalaman masing-masing penggemar. Dengan menggunakan teori analisis resepsi milik Stuart Hall, penggemar yang telah menonton video musik Ditto (side A & side B) dibagi menjadi 3 posisi.

Posisi yang pertama yaitu Dominant Hegemonic yang berisi para penggemar yang menerima pesan mengenai hubungan parasosial dalam video musik Ditto (side A & side B) dan OMG sesuai dengan apa yang ingin disampaikan oleh NewJeans dan director video musik NewJeans. Selanjutnya yaitu Negotiated Position yang berarti penggemar menerima pesan dalam video musik Ditto (side A & side B) dan OMG, namun, pesan yang disampaikan tidak diterima secara langsung melainkan penggemar menambahkan pemikiran pribadinya ke dalam pemaknaan video musik Ditto (side A & side B) dan OMG. Sementara Oppositional Code merupakan posisi yang mana penggemar menolak pesan yang disampaikan. Dalam penelitian ini penggemar mengetahui pesan mengenai hubungan parasosial disampaikan dalam video musik Ditto (side A & side B) dan OMG namun memilih untuk menolak dan menafsirkan pesan tersebut secara berbeda.

REFERENCES

- Al Hanif, K. L., & Rachmawati. (2022). Hubungan antara Penggunaan Aplikasi LYSN dengan Kedekatan Interpersonal Fans Kpop pada Boygroup NCT. Bandung Conference Series: Communication Management, 2(2), 538-544.
- Baek, Y. M., Bae, Y., & Jang, H. (2013). *Social and Parasocial Relationships on Social Network Sites and Their Differential Relationships with Users' Psychological Well-Being*. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 16(7), 512–517. doi:10.1089/cyber.2012.0510
- Bravo, V., Connolly, J., and McIsaac, C. (2017). Why did it end? Breakup reasons of youth of different gender, dating stages, and ages. *Emerg. Adulthood* 5, 230–240. doi: 10.1177/2167696817700261
- Chung, S., & Cho, H. (2014). *Parasocial relationship via reality TV and social media: its implications for celebrity endorsement*. *TVX '14: Proceedings of the Proceedings of the ACM International Conference on Interactive Experiences for T V and Online Video*. 47-54. Research Collection Lee Kong Chian School Of Business. Available at: https://ink.library.smu.edu.sg/lkcsb_research/4330
- He, Y., & Sun, Y. (2022) *Breaking up with my idol: A qualitative study of the psychological adaptation process of renouncing fanship*. *Front. Psychol.* 13:1030470. doi: 10.3389/fpsyg.2022.1030470
- Horton, D., & Richard Wohl, R. (1956). *Mass Communication and Para-Social Interaction*. *Psychiatry*, 19(3), 215–229. doi:10.1080/00332747.1956.11023049
- Kang, J. M. (2017). *Rediscovering the idols: K-pop idols behind the mask*. *Celebrity Studies*, 8(1), 136–141. doi:10.1080/19392397.2016.1272859
- Kurtin, K. S., O'Brien, N., Roy, D., & Dam, L. (2019). *Parasocial Relationships with Musicians*. *The Journal of Social Media in Society*, 8(2), 30-50

- Madison, T. P., & Porter, L. V. (2015). *The People We Meet. Imagination, Cognition and Personality*, 35(1), 47–71. doi:10.1177/0276236615574490
- Mysyk, V. (2023). HIGH RATES OF SUICIDES AMONG K-POP STARS: CAUSES AND BACKGROUND OF THE PROBLEM. *Collection of Scientific Papers «ΛΟΓΟΣ»*, (April 28, 2023; Seoul, South Korea), 213–216. <https://doi.org/10.36074/logos-28.04.2023.66>
- Ng, A. A., Luik, J., & Wijayanti, C. A. (2023). Parasocial Relationship between Parents Viewers with Korean Drama Actors. *Journal of Content and Engagement*, 1-17.
- Padget, F. (2017). What are the difficulties of being a Korean pop idol and to what extent do they outweigh the benefits. *San Francisco, CA: Academia. edu-Share Research*.
- Rezapour, R., Vaziri, S., and Kashani, F. L. (2021). The role of romantic breakup in increasing vulnerability to emotional disorders: a systematic review. *Clin. Schizophr. Relat. Psychoses* 15, 1–10. doi: 10.3371/CSRP.RRSV.091521
- Setyanto, Y. U. G. I. H., Winduwati, S. E. P. T. I. A., & Utami, L. S. S. (2017). Early adolescent behavior on media toward idol figure (Parasocial study on preliminary youth as an effect of new media). *International Journal of Communication and Media Studies*, 7(2), 1-14.
- Sokolova, K., & Perez, C. (2021). *You follow fitness influencers on YouTube. But do you actually exercise? How parasocial relationships, and watching fitness influencers, relate to intentions to exercise. Journal of Retailing and Consumer Services*, 58, 102276. doi:10.1016/j.jretconser.2020.1026
- Triadanti. (2019). Jadi Gaya Hidup, Benarkah Fans Kpop Kaya Raya atau Cuma Modal Kuota?. *Idntimes*. <https://www.idntimes.com/hype/entertainment/danti/jadi-gaya-hidup-benarkah-fans-kpop-kaya-raya-atau-cuma-modal-kuota?page=all>
- Williams, J. P., & Ho, S. X. X. (2015). “Sasaengpaen” or K-pop Fan? *Singapore Youths, Authentic Identities, and Asian Media Fandom. Deviant Behavior*, 37(1), 81–94. doi:10.1080/01639625.2014.983011
- Yoon, K. (2017). *Global Imagination of K-Pop: Pop Music Fans’ Lived Experiences of Cultural Hybridity. Popular Music and Society*, 1–17. doi:10.1080/03007766.2017.1292819