

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan era dan teknologi yang cepat menyebabkan budaya luar, seperti musik K-Pop semakin berkembang hingga hampir keseluruhan negara. Kesamaan dalam selera musik, *dance*, budaya maupun *idol* Korea itu sendiri mampu menciptakan suatu *parasocial interaction* (PSI) pada para fans tersebut. Seseorang yang mengaku atau menyebut dirinya sebagai *fan* atau *stan* dari seorang *public figure* bisa dibilang sudah menjalin hubungan parasosial. Menurut *National Register of Health Services Psychologists*, hubungan parasosial adalah hubungan satu arah yang terbentuk ketika satu pihak menginvestasikan energi, minat, dan waktu sedangkan pihak lain tidak menyadari keberadaan mereka. Menurut Horton & Wohl dalam Harvey & Manusov (2001) parasosial yakni sebuah hubungan yang terjalin antara seseorang dengan tokoh idolnya yang muncul melalui media.

Dilansir dari *BBC News*, pada November 2023 lalu, tersangka penipuan tiket konser Coldplay resmi ditahan polisi dengan tuduhan tiket konsep Coldplay senilai Rp5,1 miliar atau sebanyak 2.268 tiket. Pelaku mengakui motif dari tindakannya yakni demi meraup keuntungan sebesar Rp250 ribu dari setiap tiket yang dijual dengan memanfaatkan kesempatan yang ada. Adapula kasus serupa yang dilansir dari *Detik News*, polisi mengamankan perempuan pelaku penipuan tiken konser *boyband* NCT Dream dengan total kerugian Rp 94 juta. Dari kedua kasus yang dipaparkan, terdapat kesamaan yakni korban dari kedua kasus yang terjadi merupakan *fans*, atau *stan* dari grup idola yang menggelar konser. Penggemar yang terobsesi dan merasa harus ikut serta dalam konser idolnya kemudian tanpa pikir panjang membeli tiket dari pelaku atau penjual tiket tidak resmi yang tidak menjamin keamanan dari tiket tersebut.

Hasil survey IDN Timer (2019) menyatakan, di Indonesia, penggemar K-Pop pada umumnya ada di kisaran usia 10-15 tahun berpersentase pada kisaran 9,3%, usia 15-20 tahun dengan persentase 38,1%, usia 20-25 tahun berkisar pada 40,7%, sedangkan usia 25 tahun keatas berkisaran pada persentase 11,9%. Menurut Norlund (2002), seseorang yang jarang melakukan interaksi sosial akan memiliki kecenderungan untuk menggunakan media sosial, televisi atau berbagai media lainnya yang kemudian menimbulkan kecenderungan parasosial. Adapula menurut National Institute of Mental Health, peningkatan risiko gangguan mental pada remaja usia 18–25 tahun dapat ditingkatkan oleh pemakaian media sosial.

Berdasarkan data yang telah dipaparkan tadi, penulis mengidentifikasi masalah dimana jika tidak dilakukan edukasi mengenai hal-hal terkait parasosial pada usia remaja, generasi muda bisa tanpa sadar menjalin hubungan parasosial secara berlebihan yang kemudian mampu mempengaruhi kesehatan mental dan pada akhirnya juga mempengaruhi perkembangan dirinya di kehidupan sosial dan juga dapat mempengaruhi pandangannya terhadap dunia. Adapula kurangnya media yang membahas hal terkait hubungan parasosial ini di Indonesia sehingga masih ada yang belum mengetahui mengenai apa itu hubungan parasosial. Maka dari itu, penulis tertarik untuk merancang media informasi dalam konteks edukasi yang membahas mengenai parasosial melalui media digital yang sering digunakan oleh target audiens agar masyarakat dapat mengetahui dampak dari suatu hubungan parasosial tersebut.

U M W N  
U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, dapat diidentifikasi hal-hal sebagai berikut:

1. Fenomena hubungan parasosial di kalangan remaja mulai meningkat seiring era globalisasi dan semakin meningkat sejak masa pandemi.
2. Dampak dari hubungan parasosial di kalangan remaja yang sifatnya negatif.
3. Kurangnya media informasi khususnya di negara Indonesia yang membahas mengenai hubungan parasosial.

Maka dari itu penulis merumuskan rumusan masalah bagaimana perancangan media informasi tentang hubungan parasosial untuk remaja usia 17-25 tahun.

## 1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah dipaparkan, penulis menentukan beberapa batasan masalah dalam perancangan media informasi sebagai berikut:

### 1.3.1. Demografis:

- a. Jenis kelamin: Laki-laki dan Perempuan
- b. Usia: 17-25 tahun
- c. Pekerjaan: Siswa, Mahasiswa, *Freelancer*, Pekerja
- d. Status Ekonomi Sosial: SES A dan B

### 1.3.2. Geografis:

- a. Negara: Indonesia
- b. Daerah: Jabodetabek

### 1.3.3. Psikografis:

- Orang-orang yang memiliki hobi terkait budaya Jepang, Korea, atau budaya pop di dalam dan luar negeri lainnya, namun belum memahami secara detail tentang apa itu parasosial dan dampaknya.
- Orang-orang yang aktif menggunakan media sosial untuk mengonsumsi konten terkait idolanya.

#### 1.4 Tujuan Tugas Akhir

Penulis menetapkan tujuan tugas akhir ini adalah merancang media informasi untuk meningkatkan *awareness* dan pengetahuan target audiens mengenai hubungan parasosial.

#### 1.5 Manfaat Tugas Akhir

Manfaat dari dilaksanakannya pembuatan tugas akhir ini yakni sebagai berikut:

1. Menambah ilmu bagi penulis baik *soft skill* maupun *hard skill* di bidang perancangan media informasi.
2. Memberikan informasi dan edukasi kepada pembaca terkait masalah parasosial.
3. Menambah data di *website* Knowledge Center UMN yang dapat menambah pengetahuan pembaca atau dapat dijadikan referensi untuk penulisan laporan perancangan.

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA