

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi ini kemajuan teknologi membuat siapa saja dapat dengan mudah mengakses informasi. Informasi dapat diakses dalam bentuk audio maupun visual dari media massa, seperti televisi, radio, koran, dan juga yang sedang banyak digunakan saat ini yaitu internet. Data dari *We Are Social*, pada Januari 2021 disebutkan bahwa ada 202,6 juta pengguna internet di Indonesia. Pengguna internet pada tahun 2021 ini mengalami kenaikan sebesar 15,5% dari tahun 2020 yang hanya 175,4 juta jiwa. Dari 202,6 juta pengguna internet, 170 juta diantaranya ialah pengguna aktif media sosial. Sama halnya dengan data pengguna internet, pengguna aktif sosial media juga mengalami kenaikan sebanyak 6,3% pada tahun 2021.

Persentase yang begitu tinggi tidak lagi mengejutkan apabila saat ini banyak hal baru yang masuk ke Indonesia dan dengan mudah diterima oleh masyarakat. Contoh yang banyak ditemui adalah kebudayaan Korea yang saat ini menarik banyak peminat dari berbagai kalangan masyarakat. Sama halnya seperti Indonesia, Korea juga memiliki kebudayaan dengan ciri khas yang unik dan beragam. Mulai dari kuliner, musik, acara televisi, gaya berpakaian, sampai dengan kebiasaan sehari-hari. Perbedaan dan hal baru yang ada diantara Indonesia dan Korea ini menjadi hal yang menarik perhatian dan membuat masyarakat penasaran dan ingin terus mengikuti perkembangan dari negara tersebut.

Walaupun saat ini budaya Korea sangat populer di kalangan masyarakat Indonesia, ternyata kepopuleran budaya Korea ini sudah dimulai sejak tahun 2000-an. Kepopuleran budaya Korea ini disebut dengan *Hallyu* yang dalam bahasa Inggris disebut dengan *Korean Wave*. Poee (2013) menuturkan bahwa *Korean Wave* merupakan fenomena demam Korea yang disebarkan melalui budaya pop Korea ke seluruh penjuru dunia lewat media massa, dan yang terbesar adalah lewat jaringan internet dan televisi. Putri (2019) memberikan definisi lain, menurutnya *Korean Wave* adalah istilah yang diberikan untuk penyebaran budaya populer

Korea melalui produk-produk seperti drama (K-Drama), musik (K-Pop), *fashion* (K-Fashion), dan kuliner (K-Food).

Produk dari *Korean Wave* yang umumnya diketahui masyarakat khususnya anak muda ialah K-Pop. K-Pop merupakan kependekan dari Korean Pop yang merupakan sebutan untuk musik pop yang berasal dari Korea. Tidak dapat dipungkiri bahwa dari awal kemunculannya pada tahun 1990-an K-Pop terus dan semakin berkembang hingga saat ini. Dapat dikatakan bahwa K-Pop merupakan produk dari industri hiburan Korea yang memberikan banyak pengaruh dalam mempopulerkan budaya Korea.

Tidak hanya K-Pop yang berhasil mengenalkan Korea di mata dunia, K-Drama yang dikenal dengan istilah drama korea juga menggaet banyak peminat. Seperti yang dipaparkan oleh Putri (2019) bahwa penyebaran budaya Korea ini disebarkan melalui produk-produk hiburan seperti drama dan musik. Adanya perbedaan bahasa rupanya tidak menjadi pembatas bagi K-drama dan K-Pop untuk menarik banyak peminat masyarakat di Indonesia bahkan dunia. Perbedaan tersebut justru menarik banyaknya peminat untuk mempelajari tentang Bahasa dan kebudayaan Korea.

Fenomena *Korean Wave* di Indonesia melalui jalur K-Drama sendiri secara formal sudah dimulai saat stasiun televisi Trans TV pertama kali menayangkan K-Drama yang berjudul "*Mother Sea*". Melihat kesuksesan K-Drama dengan judul "*Mother Sea*", beberapa bulan kemudian stasiun televisi Indosiar menyusul dengan menayangkan "*Autumn in My Heart*" atau dikenal juga dengan "*Endless Love*". Dari survey AGB Nielsen Indonesia di Kompas Online, "*Endless Love*" berhasil mendapatkan rating yang cukup tinggi yaitu 10. Dapat diartikan bahwa penayangan "*Endless Love*" ditonton sekitar 2,8 juta orang di lima kota besar di Indonesia (Putri, 2019). Sejak awal kemunculan K-Drama di Indonesia sampai tahun 2011 tercatat sudah lebih dari 50 judul K-Drama yang sudah ditayangkan di stasiun televisi Indonesia.

K-Drama yang sebelumnya dapat ditonton melalui televisi saja saat ini sudah dapat diakses melalui *handphone* para penggemar dengan menggunakan aplikasi khusus sehingga memudahkan untuk mengakses K-Drama kapan dan dimana saja. Aplikasi tersebut ialah aplikasi semacam Viu dan Netflix yaitu aplikasi yang menyediakan berbagai macam tayangan termasuk K-Drama. Aplikasi ini dapat diakses jika pengguna terhubung dengan internet walaupun beberapa tayangan juga mengharuskan pengguna untuk berlangganan setiap bulannya. Aplikasi tersebut cukup fleksibel karena menyediakan fasilitas di mana pengguna dapat mengunduh tayangan yang diinginkan terlebih dahulu dan dapat menontonnya kapan saja.

Dari survey yang dilakukan oleh IDN Times pada peminat K-Drama, diketahui bahwa peminat K-Drama didominasi oleh perempuan dengan persentase 83,1% dan pada kelompok usia 20-27 tahun dengan persentase 60,7 %. Dilihat dari kelompok usia tersebut, menurut Santrock (2011) usia tersebut masuk dalam kategori masa dewasa awal. Masa dewasa awal merupakan masa peralihan dari remaja menuju dewasa. Pada tahap ini seseorang tidak lagi dikatakan sebagai remaja namun belum cukup juga untuk dikatakan dewasa. Masa dewasa awal adalah masa pencarian, penemuan, pematangan, dan masa reproduktif, suatu masa yang penuh permasalahan dan ketegangan emosional, periode isolasi sosial, periode komitmen, dan masa ketergantungan, perubahan nilai-nilai, kreativitas dan penyesuaian diri pada pola hidup yang baru (Putri, 2019).

Setiap tahapan perkembangan terdapat tugas-tugas perkembangan yang sebaiknya diselesaikan agar dapat memudahkan seseorang untuk melanjutkan ke tahap perkembangan selanjutnya. R. J. Havighurs, 1953 (dalam Hurlock, 1996) menyebutkan beberapa tugas perkembangan pada tahap dewasa awal, salah satunya adalah memilih teman hidup, mulai membangun keluarga, dan mengelola rumah tangga. Apabila tugas perkembangan ini tidak terselesaikan maka akan menimbulkan hambatan-hambatan perkembangan selanjutnya.

Dari beberapa tugas perkembangan pada tahap perkembangan dewasa awal yang sudah disebutkan sebelumnya, maka merupakan hal yang wajar apabila seseorang mulai memikirkan, mencari, dan menjalin hubungan romantis untuk memenuhi tugas perkembangannya. Dalam menjalin hubungan setiap orang memiliki gambaran atau ekspektasi idealnya masing-masing mengenai pasangan dan hubungan romantis seperti apa yang ia inginkan. Gambaran ideal seseorang mengenai hubungan romantis itu disebut *romantic beliefs*. *Romantic beliefs* merupakan gagasan tentang cinta dan hubungan romantis yang berkaitan dengan bagaimana mencapai hubungan yang positif guna mendapatkan kepuasan dan kualitas hubungan romantis yang baik (Vannier & O. Sullivan, 2016), dalam Purnamasari, 2017).

*Romantic beliefs* ini dapat terbentuk dan berkembang dari pengalaman langsung maupun tidak langsung. Terbentuk dari pengalaman langsung maksudnya adalah seseorang mengalami sendiri hubungan romantis tersebut sehingga terbentuk *romantic beliefs* itu. Begitu juga sebaliknya, pada pengalaman tidak langsung disini maksudnya adalah *romantic beliefs* yang terbentuk dari media, seperti televisi, novel, film, dan lain sebagainya. Menurut Jin & Kim (2015) paparan media tersebut yang akan membentuk ekspektasi seseorang ketika ia menjalin hubungan romantis. Hal tersebut didukung dengan lebih banyaknya judul K-Drama dengan genre *romance* yang diproduksi daripada genre lainnya.

Banyaknya penggemar K-Drama sekarang ini ada yang memilih untuk sekedar ikut menonton saat ada judul drama terbaru dan ada juga yang menjadi penggemar aktif. Penggemar aktif artinya mereka selalu berusaha untuk mencari kabar terbaru mengenai idolanya, saling berbagi informasi dengan sesama penggemar, dan lain sebagainya. Media sosial saat ini merupakan sumber informasi bagi para penggemar untuk mendapatkan kabar tentang idolanya dan berbagi informasi dengan sesama penggemar. Media sosial yang saat ini umum digunakan tidak hanya oleh penggemar K-Drama namun juga penggemar K-Pop adalah Twitter. Ada beberapa akun yang dikhususkan untuk menjadi wadah para penggemar K-Drama berbagi informasi contohnya seperti @drakorfess dan @drakoridfess.

Banyak para penggemar yang berpartisipasi secara aktif mengikuti kehidupan idolanya seperti sebuah kebutuhan sehari-hari. Fenomena yang terjadi antara penggemar dan tokoh idola ini menimbulkan hubungan yang dirasa cukup dekat seperti layaknya teman. Cohen (2014) menjelaskan bahwa interaksi ini disebut dengan interaksi parasosial, yaitu interaksi yang terjadi antara penggemar dan figur media (selebriti) yang secara umum dikarakteristikan dengan perasaan adanya kedekatan antara penggemar dengan tokoh yang ditampilkan sebagai orang biasa dan normal (Astagini, dkk).

Raviv (1996) juga menjelaskan bahwa kemudahan dalam menerima informasi dan berinteraksi dengan idola melalui media sosial membuat penggemar seolah-olah memiliki hubungan yang sangat dekat dengan idolanya dan merasa sangat mengenal sosok idolanya tersebut meskipun mereka tidak berinteraksi secara langsung (Halimahyani, 2015). Fenomena yang terjadi saat ini dimana para selebriti ini menggunakan media sosial sebagai tempat berbagi dengan penggemarnya. Sering kali mereka berbagi kehidupan sehari-harinya dengan para penggemar dan berinteraksi secara tatap muka melalui aplikasi Vlive atau Instagram. Secara tidak langsung hal tersebut membuat penggemar merasa memiliki hubungan yang sangat dekat dengan idolanya. Interaksi ini membuat penonton merasakan hubungan intim yang didasari dari perasaan afektif penonton terhadap tokoh media yang bersifat tatap muka namun tidak nyata (televisi, radio, dll) (Sekarsari, 2009, dalam Syafrina 2016).

Terjadinya interaksi parasosial ini disebabkan oleh beberapa alasan yaitu, (1) *task attraction*, yang artinya menunjukkan ketertarikan berdasarkan talenta dan kemampuan yang dimiliki oleh selebriti, (2) *identification attraction*, yang artinya menunjukkan keinginan untuk menjadi seperti selebriti, (3) *romantic attraction*, yang artinya menunjukkan ketertarikan berdasarkan penampilan fisik atau potensi untuk menjadi pasangan. Menurut Tukachinsky & Stever (2019) dalam penelitian Setiawan, dkk (2020) menyebutkan bahwa dari ketiga alasan tersebut, *romantic attraction* merupakan alasan utama yang mengembangkan terjadinya

interaksi parasosial karena memiliki tingkat fokus dan durasi yang dihabiskan penggemar untuk figur media tersebut.

Google Indonesia mencatat hasil penelusuran yang menggunakan kata kunci drama korea, korea drama, dan drakor melonjak sebesar 130% secara tahunan (*year on year/yoy*) pada Juni 2020. Data dari Viu juga melaporkan bahwa seseorang dapat menghabiskan waktu selama 3 jam untuk menonton K-Drama setiap harinya. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Yohanna (2019) seorang penggemar K-Drama menyebutkan bahwa ia dapat menghabiskan satu judul K-Drama yang berjumlah 16 episode dan rata-rata berdurasi 1,5 jam hanya dalam kurun waktu 2 hari saja. Intensitas menonton yang tinggi ini rupanya dipengaruhi oleh beberapa faktor. Alur cerita yang dikemas secara apik serta adanya konflik yang terus berkembang di setiap episodnya menjadikan alasan penggemar sulit untuk berhenti menonton K-Drama.

Berdasarkan paparan sebelumnya ditambahkan hasil *preliminary study* melalui wawancara untuk menambahkan data yang berkaitan dengan penelitian ini. Wawancara yang telah dilakukan pada salah satu penonton K-Drama, disebutkan bahwa dirinya merupakan penggemar K-Drama terutama K-Drama yang bergenre *romance* seperti *Fight For My Way*, *Weightlifting Fairy* Kim Bok Joo, dan lain sebagainya. D menghabiskan minimal 3 jam setiap harinya untuk menonton K-Drama. Selain menonton K-Drama D juga mengikuti informasi terkait aktor yang berperan pada judul K-Drama tersebut. D melakukan hal tersebut didasari oleh kekagumannya pada aktor ditambah ia juga merasa terbawa dan ikut dalam alur ceritanya. Alur cerita dan paras yang rupawan merupakan alasannya menyukai K-Drama dibandingkan dengan tayangan lainnya. D menyebutkan bahwa ia sering membicarakan dan bertukar informasi tentang K-Drama juga aktor yang memerankannya bersama dengan teman-temannya. Teman-temannya yang juga menyukai K-Drama melakukan hal yang sama dengan dirinya seperti menonton K-Drama dengan durasi yang cukup lama, membicarakan tentang K-Drama tersebut, dan mengagumi aktor yang berperan dalam K-Drama tersebut. Menurutnya, banyak penggemar K-Drama lainnya yang sampai merasa memiliki hubungan khusus seperti hubungan yang nyata dengan aktor tersebut. Banyak dari mereka yang terobsesi dengan aktor tersebut sampai mengkhayal dan tidak terlalu menginginkan hubungan yang nyata karena sudah merasa bahagia dengan hubungannya bersama aktor tersebut itu.

Berkaitan dengan hasil *preliminary*, bentuk interaksi parasosial yang dialami oleh D merupakan *romantic attraction*, yang artinya menunjukkan ketertarikan berdasarkan penampilan fisik atau potensi untuk menjadi pasangan. Menurut Tukachinsky & Stever (2019) *romantic attraction* memiliki tingkat fokus dan durasi yang dihabiskan penggemar untuk figur media tersebut. Hal itu digambarkan dengan durasi menonton D selama minimal 3 jam

perharinya untuk menonton K-Drama dan ditambahkan dengan mencari dan bertukar informasi dengan teman-temannya mengenai K-Drama dan aktor tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh Borae Jin dan Joochan Kim (2015) yang berjudul *Television Drama Viewing and Romantic Beliefs: Considering Parasocial Interaction and Attachment Style* memaparkan bahwa penonton yang menonton K-Drama dilaporkan memiliki tingkat interaksi parasosial yang tinggi, di mana hal tersebut merujuk kepada *romantic beliefs* yang kuat. Disebutkan juga bahwa *romantic beliefs* yang tinggi dialami pada penonton dengan intensitas menonton yang tinggi serta tingkat interaksi parasosial yang tinggi pula pada cerita dan juga karakter yang ada dalam K-drama tersebut. Pada penelitian lainnya yang dilakukan oleh Tereni Andriyani yang berjudul “Hubungan Intensitas Menonton Drama Korea dengan *Romantic Beliefs* pada Penggemar Drama Korea Di Kalangan Generasi Milenial” menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara intensitas menonton drama Korea dengan *romantic beliefs* pada penonton drama Korea di kalangan generasi milenial. Intensitas menonton yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah 1-14 jam dan 15 jam per harinya.

Berdasarkan latar belakang, *preliminary study* dan juga penelitian yang mendukung, diduga ada pengaruh antara interaksi parasosial terhadap *romantic beliefs* yang kemudian pengaruh tersebut dapat diperkuat atau diperlemah dengan adanya tingkat intensitas menonton pada masing-masing individu sebagai variabel moderator. Untuk mengembangkan dan melengkapi informasi dari penelitian terdahulu, judul yang akan diangkat dalam penelitian ini adalah “**Pengaruh Interaksi Parasosial Terhadap *Romantic Beliefs* yang Dimoderatori Oleh Intensitas Menonton K-Drama Pada Perempuan Dewasa Awal**”

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka didapatkan identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran interaksi parasosial pada penonton K-Drama?
2. Bagaimana interaksi parasosial dapat mempengaruhi *romantic beliefs* pada penonton K-Drama
3. Apakah terdapat pengaruh antara interaksi parasosial terhadap *romantic beliefs* pada penonton K-Drama sebagai dengan intensitas menonton sebagai variabel moderator?

## 1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, maka masalah dalam penelitian ini akan dibatasi pada poin ketiga dari identifikasi masalah yaitu pengaruh interaksi parasosial terhadap

*romantic beliefs* pada penonton K-Drama dengan intensitas menonton sebagai variabel moderator.

#### **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan masalah-masalah di atas, maka didapatkan rumusan masalah sebagai berikut: “Apakah terdapat pengaruh antara interaksi parasosial terhadap *romantic beliefs* pada perempuan usia dewasa awal yang menonton K-Drama dengan tingkat intensitas menonton sebagai variabel moderator?”.

#### **1.5 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk memperoleh data empiris dan mengetahui pengaruh antara interaksi parasosial terhadap *romantic beliefs* pada perempuan usia dewasa awal yang menonton K-Drama dengan intensitas menonton sebagai variabel moderator.

#### **1.6 Manfaat Penelitian**

##### **1.6.1 Manfaat Teoritik**

Secara teoritik, penelitian ini memiliki manfaat untuk menambah wawasan serta pengetahuan dalam bidang psikologi, khususnya yang berkaitan dengan interaksi parasosial, *romantic beliefs*, dan intensitas menonton pada fenomena *Korean Wave* yang terjadi saat ini khususnya pada ranah K-Drama.

##### **1.6.2 Manfaat Praktis**

Secara praktis, diharapkan dapat memberikan informasi mengenai pengaruh interaksi parasosial terhadap *romantic beliefs* dan kaitannya dengan intensitas menonton K-Drama. Diharapkan responden dalam penelitian ini yaitu perempuan dewasa awal dapat lebih memahami bagaimana interaksi parasosial, *romantic beliefs*, dan juga intensitas menonton K-Drama yang secara sadar atau tidak sadar dialami penonton atau penggemar K-Drama dan bagaimana pengaruhnya pada kehidupan pribadi dan sosialnya.