

BAB I

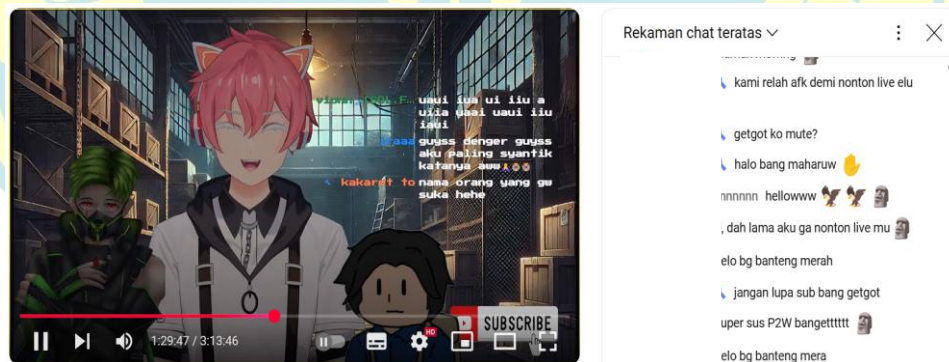
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Aspek kehidupan manusia kerap mengalami perubahan yang disebabkan oleh adanya konsep dan pengetahuan mengenai teknologi dan internet yang semakin berkembang. Hal ini juga disertai oleh hilangnya batasan ruang dan waktu yang menghambat jalannya interaksi antar individu, salah satu dampaknya adalah munculnya media sosial (Nitami, 2023). Hasil penjabaran data *We Are Social* (2023; dalam Shakila, Putri, & Kuncoro, 2024) menunjukkan bahwa Indonesia memiliki lebih dari 160 juta orang yang menggunakan media sosial. Data ini juga diperkuat oleh pernyataan dari dataindonesia.id yaitu pengguna media sosial di Indonesia menghabiskan waktu sebanyak 3 jam 18 menit untuk setiap harinya hingga menjadikannya peringkat 10 dalam rekor tertinggi durasi bermain media sosial (Hermila *et al.*, 2023). Adanya media sosial memberikan berbagai manfaat dan kegunaan bagi khalayak umum untuk memenuhi kebutuhan primer mereka (Damayanti, Delima, & Suseno, 2023).

Hilangnya hambatan ruang dan waktu dalam berinteraksi tentunya juga menjadi salah satu hal yang digunakan individu untuk terus terhubung dengan idolanya di media sosial. Hal ini sejalan dengan pernyataan milik Pradata (2019) bahwa “Seorang penggemar pada dasarnya hanya bisa berinteraksi dengan idola favoritnya melalui media, entah itu melalui televisi ataupun gadget dan melalui media sosial.” Menurut CNN Indonesia, salah satu media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia adalah *Youtube* sebagai raja dari media sosial. *Youtube* menyediakan sarana interaksi antara idola dan penggemarnya, di mana kekuatan mendominasi popularitas seorang idola ditentukan oleh jumlah pengikut dan tingkat keterlibatan penggemarnya (Pasaribu, Dewi, Oktaviani, 2024).

Youtube sendiri memiliki berbagai genre konten selebriti yang beragam (Sihombing, William, & Lestari, 2022). Pada tahun 2020, muncul tren dan genre konten selebriti baru yaitu *Virtual Youtuber (Vtuber)* yang semakin populer karena peningkatan penggemarnya (Khatami, 2023; Berryman, Abidin, & Leaver, 2021). Khatami juga menyatakan bahwa *Vtuber* sama halnya dengan seorang pembuat konten di *youtube*, yang menggunakan teknologi komputer berbasis CGI (*Computer Generated Imagery*) untuk membuat suatu karakter virtual sebagai identitasnya. Dalam hal ini *Vtuber* menggabungkan manusia secara langsung dengan karakter virtual yang telah dibuat untuk digunakannya dalam melakukan *livestreaming* dan menjadi pemeran suara (Liu & Zhao, 2025). Karakter *Vtuber* bergerak secara langsung dengan teknologi bernama *facetracking*, yang menangkap ekspresi wajah dan gerakan tubuh dari orang di balik kamera (Chinchilla & Kim, 2024), seperti kedipan mata atau buka mulut. Dengan demikian, *Vtuber* dapat tampil seperti objek “hidup” dan berinteraksi secara langsung dengan penggemar melalui media sosial. Tidak hanya sekadar karakter *digital* yang digerakan, karakter *Vtuber* juga memiliki identitas, kepribadian unik, latar belakang, sifat, hingga cara berkomunikasi tersendiri dengan para penggemarnya (Adileksono & Utari, 2024; Al-Ishar & Juwita, 2024).



Gambar 1. 1 Siaran Langsung *Vtuber* Zooti saat berinteraksi dengan penggemarnya

Sumber: youtube.com/@Zooti__

Jika ditinjau dari banyaknya jumlah *Vtuber* pada tahun 2023, Indonesia menjadi salah satu penghasil terbanyak di Asia tenggara, tercatat lebih dari 1.100 orang *Vtuber* Indonesia yang menggunakan media *youtube*. (Vtuber.asia, 2024; dalam Adileksono & Utari 2024). Dalam beberapa penelitian tercatat bahwa *Vtuber*

juga sudah menggunakan aplikasi lain dalam membuat konten kreatif untuk berinteraksi dengan fansnya seperti *Twitch* sebagai *platform* siaran langsung dan *Twitter/X* (Lu, *et al.* 2021; Haikal, *et al.*, 2024; Al-Ishar & Juwita, 2024). *Vtuber* memiliki konten yang berbeda dalam memikat para penggemar dibandingkan dengan selebriti-selebriti pada umumnya. Dalam hal ini penggemar dapat diartikan sebagai kelompok orang yang memiliki rasa cinta dan kagum terhadap individu atau kelompok tertentu dengan antusias (Wishady, Loisa, & Utami, 2019), pernyataan tersebut menunjukkan bahwa penggemar *Vtuber* adalah sekumpulan orang yang secara antusias mengagumi satu atau lebih *Vtuber*.

Miyake (2023) dan Berryman *et al.* (2021) menyatakan bahwa salah satu cara agar *Vtuber* dapat menjaga peningkatan popularitas dan keterhubungan dengan penggemarnya adalah menyajikan konten-konten yang menarik. Seperti melakukan siaran langsung, *vlogging*, dan memainkan *video game* disertai dengan menjual nilai keunikan dari karakteristik avatar mereka yang menarik perhatian berbagai kalangan. Selain itu, *Vtuber* juga menyajikan berbagai macam pengalaman yang menghibur, komedik, musikal, hingga romantis seperti pengalaman memiliki seorang kekasih (*girlfriend and boyfriend experience*) (Wibisono, Aritonang, & Wijayanti, 2023; Haikal, *et al.*, 2024; Puspitaningrum & Prasetyo, 2019). Hal ini sejalan dengan pernyataan Li (2023) bahwa daya tarik konten, visual, dan juga cara berkomunikasi merupakan faktor penting dalam memikat para penggemar. Di Indonesia, beberapa *Vtuber* populer antara lain Kobo Kanaeru yang dikenal lewat tingkah lucunya saat siaran langsung dan lagu ciptaannya berjudul “Mantra Hujan”; Harris Caine yang menarik perhatian dengan karakter tampan dan *video roleplay* sebagai kekasih virtual penggemar; serta Aldi Alrudi yang menghadirkan konten horor dengan menjelajahi bangunan kosong di malam hari saat siaran langsung.

Meningkatnya popularitas tren *Vtuber* di media sosial juga sejalan dengan peningkatan keterlibatan penggemarnya yang dapat berdampak secara signifikan pada tingkat *Celebrity Worship* para penggemar (Hsieh & Fan, 2024). Makna dari *Celebrity Worship* berkaitan dengan keinginan seseorang untuk dekat dengan idola mereka dan akan melakukan apa saja selama bisa mendekatkan diri dengan idola mereka (Rojek, 2012; dalam Ayu & Astiti, 2020). Keinginan ini juga dapat mengarah hal yang lebih tinggi seperti obsesi dan keinginan untuk mengetahui

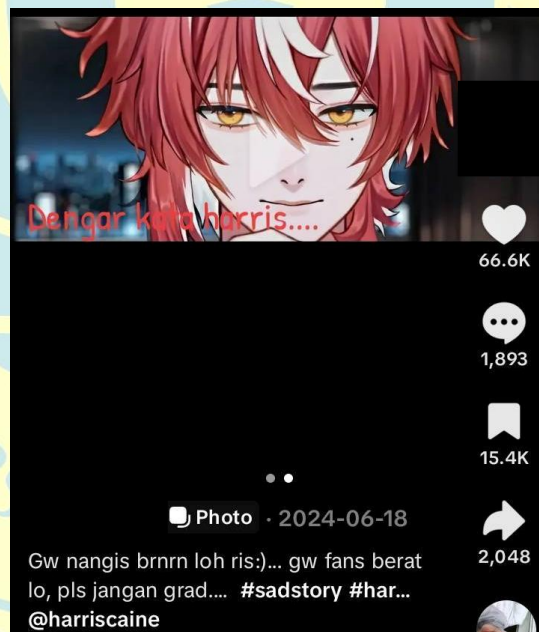
kehidupan idola favorit secara menyeluruh (McCutcheon, Lange, & Houran, 2002). Pernyataan ini juga dijelaskan lebih lanjut oleh McCutcheon *et al* (2003; dalam Laksono & Noer, 2021) bahwa individu dengan *Celebrity Worship* cenderung lebih memilih untuk berinteraksi dengan idola mereka karena hubungan tersebut terhindar dari risiko penolakan. Hal ini biasanya terjadi akibat kesulitan mereka dalam membangun hubungan sosial di dunia nyata.

Keterhubungan seseorang dengan idolanya akan menciptakan hubungan parasosial, di mana penggemar terikat dan mengenal idola mereka meskipun hubungan tersebut bersifat satu arah (Steever, 2009; dalam Widiastuti, *et al.*, 2020). Hubungan parasosial merupakan bagian dari *celebrity worship* yang dapat dikatakan dalam batas normal jika hal tersebut belum mengarah pada obsesi yang berlebihan terhadap idola hingga pada tahap mengagung-agungkannya (Brooks, 2018). Jika dalam konteks *Vtuber*, bentuk hubungan parasosial yang terjadi adalah ketika individu yang menonton mulai merasa terikat dengan karakter *Vtuber* tersebut meskipun karakter tersebut tidak mengenal ataupun berinteraksi secara langsung dengannya (Haikal, *et al.*, 2024).

Hubungan parasosial yang ada pada *celebrity worship* memiliki berbagai macam dampak terhadap individu yang mengalaminya. Vania (2023) menyatakan bahwa kecenderungan untuk merasa dekat dengan idola, menonton konten yang berkaitan dengan idola, dan menghabiskan uang dalam jumlah besar untuk membeli barang yang berhubungan dengan idolanya merupakan gambaran dari perilaku akibat hubungan parasosial. Hal ini juga ditambahkan oleh Boonchutima dan Surakanon (2023) yang menyatakan bahwa seorang *influencer* khususnya *Vtuber* memiliki pengaruh terhadap niat membeli penggemarnya. Fenomena serupa juga telah dibuktikan oleh penelitian milik Indrawan dan Izmayanti (2023) yang menunjukkan bahwa para penggemar salah satu *Vtuber* bernama Usada Pekora yang rela mengeluarkan uang mulai dari puluhan ribu hingga jutaan rupiah perbulannya hanya untuk menunjukkan eksistensi mereka sebagai penggemar Usada Pekora melalui fitur *Youtube Superchat* demi mendapatkan perhatian dari *Vtuber* tersebut.

Lebih lanjut lagi bentuk perilaku *celebrity worship* pada *Vtuber* yang ditemukan di media sosial adalah yakni: (1) menganggap *Vtuber* sebagai kekasih

atau seseorang yang spesial dalam hidup dalam bentuk konten *roleplay* (Haikal, *et al.*, 2024), (2) menyukai dan mengikuti konten yang dibuat oleh *Vtuber*, dan (3) merasa terhubung secara emosional dengan *Vtuber* yang disukai (Kompasiana, 2024), dan rela mengeluarkan uang dalam jumlah besar hanya untuk mendapatkan perhatian *Vtuber* (Indrawan & Izmayanti, 2023). Motivasi yang dimiliki penggemar untuk mengikuti, menyukai, hingga memberikan sesuatu pada para *Vtuber* favoritnya adalah sebagai bentuk apresiasi, mendapatkan perhatian, dan mengatasi rasa kesepian yang mereka alami (Li, 2023). Hal ini mungkin disebabkan oleh persepsi penggemar terhadap kebersamaan yang dirasakan melalui interaksi dengan konten *Vtuber*, sehingga berpotensi memberikan alternatif terhadap hubungan sosial yang dapat membantu mengurangi perasaan kesepian yang mereka alami. (Lather & Moyer-Guse, 2011; Li, 2023).



Gambar 1. 2 Pernyataan salah satu Penggemar *Vtuber* Harris Caine ketika mendengar Harris Caine suatu saat akan *graduation* (berhenti berkarir menjadi *Vtuber*)

Sumber: tiktok.com

Membangun suatu hubungan sosial merupakan salah satu tuntutan yang ada pada seluruh remaja. Dengan tuntutan perkembangan tersebut, remaja juga membutuhkan kehadiran orang lain untuk memenuhi kebutuhan pribadi, mengembangkan kehidupan bermasyarakatnya, dan bersikap layaknya seorang

remaja yang sesuai dengan tuntutan lingkungannya (Risal & Alam, 2021). Remaja menurut Zannah *et al* (2022) merupakan proses pencarian jati diri yang berasal dari usia anak-anak yang mengalami perkembangan menuju usia dewasa. Masa remaja dapat didefinisikan sebagai masa yang berisikan kematangan mental, emosi, sosial, maupun fisik (Henisa, Zuhdiyah, & Utami, 2021). Remaja dalam pencarian jati dirinya akan menjadi lebih sensitif terhadap pengaruh dari dunia luar, sehingga seorang idola yang dilihat sebagai figur yang sempurna akan dijadikan acuan dalam kehidupan mereka (Munawaroh, 2022; Boon & Lomore, 2001; Benu, Takalapeta, & Nabit, 2019). Hal yang sama juga dinyatakan oleh Sihombing *et al* (2022) bahwa idola seringkali dijadikan panutan atau teladan oleh para penggemarnya dalam membentuk gaya hidup dan preferensi pribadi, termasuk dalam menentukan standar kehidupan yang dianggap ideal.

Terikatnya penggemar remaja terhadap idolanya akan membuatnya aktif mencari informasi seputar idolanya. Hal ini dapat menimbulkan pemujaan terhadap selebriti yang umumnya dialami oleh remaja (Fazrin, Rahman, Minarsih, 2024). Marchellia dan Siahaan (2022) dalam penelitiannya terhadap media sosial dan remaja mengungkapkan bahwa selain mendapatkan informasi seputar idola, media sosial juga berperan dalam memfasilitasi penggemar remaja untuk saling berkomunikasi di salah satu grup penggemar atau *fanbase* idola mereka. Media sosial juga dapat memengaruhi gaya hidup dan mendorong remaja untuk menunjukkan eksistensi diri mereka (Triananda, Dewi, & Furnamasari, 2021). Hal ini menjadikan betapa krusialnya fungsi media sosial bagi remaja yang sedang mengagumi dan ingin terus terhubung dengan idolanya. Dalam beberapa kasus, ketika harapan terhadap koneksi sosial ini tidak terpenuhi di media sosial, remaja dapat mengalami perasaan sepi. Russel (1996) menyatakan bahwa ketika kebutuhan akan keterhubungan sosial tidak terpenuhi, individu dapat mengalami perasaan kesepian yang bersifat subjektif.

Pada dasarnya, keterhubungan yang gagal dipenuhi remaja akan menjadikannya mengalami perasaan sepi. Kesepian atau *loneliness* termasuk ke dalam perasaan subjektif yang ditandai oleh ketidakpuasan seseorang terhadap jumlah dan kualitas hubungan sosial seseorang (Taylor, 2020; dalam Taylor, *et al.*, 2023). Weiss (1973; Smith, Trinitis, & Anandavalli, 2021) berpendapat bahwa

loneliness berkaitan dengan tidak tercapainya keterikatan, isolasi sosial, kebutuhan akan perhatian, kebutuhan akan pengakuan diri, keinginan untuk memiliki hubungan yang dapat diandalkan, dan kebutuhan akan bimbingan. Individu yang mengalami *loneliness* biasanya berinteraksi dengan dunia maya dengan mengharapkan adanya komunikasi aktif yang dapat mengurangi rasa kesepian yang mereka alami (Fardghassemi & Joffe, 2021; Amany, Muti'ah, & Budiarto, 2024). Dalam konteks *Vtuber*, Pernyataan ini sejalan dengan milik Tambunan dan Setiawan (2023) bahwa orang yang merasa kesepian akan mencari sesuatu untuk mengatasinya, salah satunya adalah mengikuti aktivitas siaran langsung para *Vtuber* sebagai idola favoritnya.

Loneliness tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan manusia dan dapat dialami oleh semua kalangan usia dan yang paling sering mengalaminya adalah remaja, padahal masa remaja adalah fase di mana individu seharusnya menjalin hubungan pertemanan sehingga terhindar dari perasaan kesendirian yang dapat berakhir pada *loneliness* (Triani, 2012; Febriani, 2021). Ketika remaja merasakan adanya pengasingan dan penolakan sosial terhadap dirinya, maka hal ini akan mengarah pada perasaan kekosongan dan kebosanan sebagai manifestasi dari kesepian yang mereka rasakan (Sari & Hidayati, 2015). Menurut penelitian milik Shafiananta *et al* (2024), orang yang mengalami *loneliness* akan merasa tidak diinginkan dan tidak memiliki manfaat bagi sekitarnya, namun di sisi lain dirinya menginginkan adanya hubungan sosial. Hal ini juga sejalan dengan pernyataan milik McCutcheon *et al* (2002), Brooks (2018), dan Haikal *et al* (2024) bahwa keinginan untuk menjalin hubungan sosial yang tidak memiliki risiko akan penolakan dan pengasingan juga dapat mengarahkan pada terjalinnya hubungan parasosial antara penggemar dengan idolanya, salah satunya adalah *Vtuber*. Remaja yang mengalami *loneliness* cenderung akan menjalin hubungan parasosial dengan *Vtuber* favoritnya, hal ini dapat berakhir pada *Celebrity Worship*.

Penelitian pada *Loneliness* dan *Celebrity worship* dalam konteks selebriti konvensional dan nyata sebelumnya juga sudah membahas mengenai bagaimana nilai *loneliness* dapat berhubungan dengan nilai *celebrity worship* yang dimiliki oleh penggemar (Yuniarti & Agustina, 2022; Paramesti & Wijayani, 2024). Berdasarkan pernyataan dari penelitian-penelitian terdahulu, maka terdapat

dinamika antara *loneliness* dengan *celebrity worship* yang berisikan hubungan parasosial yang dimiliki oleh para remaja. Hasil dari pengaruh *celebrity worship* terhadap *loneliness* sudah banyak dilakukan dalam konteks selebriti dunia nyata, namun belum ada yang meneliti sebaliknya, terlebih lagi ketika selebriti itu hanya ada di dunia maya. Jika ditelusuri lebih lanjut, banyak sekali penelitian yang mengacu pada *Celebrity Worship* di konteks selebriti yang konvensional, namun belum ada yang menelusuri pada selebriti di dunia virtual seperti *Vtuber* yang hanya dapat berinteraksi dengan penggemarnya melalui media sosial. Penelitian terdahulu menunjukkan *Vtuber* sebagai upaya meredakan rasa sepi (Li, 2023; Tambunan & Setiawan, 2023). Sensitivitas remaja dalam aspek emosional dan perilaku menjadi alasan pentingnya penelitian ini difokuskan pada kelompok usia tersebut. Meskipun keterkaitan antara *loneliness* dan *celebrity worship* telah banyak dikaji, pembahasan dalam konteks idola digital seperti *Vtuber* khususnya pada populasi remaja masih sangat terbatas. Fenomena *celebrity worship* yang berisikan hubungan parasosial antara penggemar dengan *VTuber* menunjukkan gejala keterlibatan emosional yang tinggi bahkan hingga mengacu pada perilaku konsumtif seperti memberikan donasi atau *superchat* dalam jumlah besar (Indrawan & Izmayanti, 2023), dan terpengaruh dalam keputusan membeli suatu produk (Boonchutima & Surakanon, 2023). Para penggemar memperlakukan karakter virtual atau animasi yang bersifat anonim dan tidak nyata secara fisik sebagai figur penting dalam kehidupan mereka tanpa mengetahui siapa di balik layar yang mengendalikan figur tersebut. Segala perilaku memuja atau meningkatkan keterlibatan diri remaja terhadap *Vtuber* tersebut merupakan salah satu bentuk untuk mengatasi *loneliness* yang dialaminya.

Berdasarkan sejumlah pernyataan sebelumnya, dapat diketahui bahwa masa remaja merupakan tahap perkembangan yang penting dan tidak luput dari tugas dan kebutuhannya dalam membangun relasi sosial, banyak dari mereka lebih memilih untuk membangun hubungan sosial satu arah dengan idolanya sebagai bentuk alternatif ketika dirinya mengalami perasaan kesepian. Dalam hal ini *loneliness* merupakan manifestasi atas kegagalan dirinya dalam membangun hubungan sosial. Untuk mengatasi perasaan tersebut, sebagian remaja cenderung mencari hubungan yang bebas tekanan, salah satunya adalah hubungan parasosial dengan idola mereka. Jika ditinjau dari konteks *Vtuber*, hubungan ini sangat unik karena idola

yang dikagumi bukan hanya tidak mengenal penggemarnya, melainkan bentuk figur *CGI* dan animasi tanpa identitas asli yang diketahui di balik layar. Fenomena ini menghasilkan *gap* penelitian yang dapat ditelusuri lebih lanjut, khususnya mengenai bagaimana *loneliness* dapat memengaruhi tingkat celebrity worship terhadap *Vtuber* pada remaja. Oleh karena itu diperlukannya penelitian ini untuk mengetahui bagaimana pengaruh dan dari *loneliness* terhadap *celebrity worship* pada remaja penggemar *Vtuber*, sehingga dapat menciptakan kebaruan yang hakiki.



1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, dapat diidentifikasi beberapa masalahnya yakni:

- a) Munculnya tren *Vtuber* sebagai selebriti dunia virtual dan dapat memicu *Celebrity worship* yang diawali dari hubungan parasosial di kalangan penggemar.
- b) *Celebrity Worship* dalam konteks *Vtuber* dapat membuat seseorang melakukan hal yang berlebihan seperti mengeluarkan uang dalam jumlah besar pada figur yang tidak riil secara fisik.
- c) Salah satu motivasi para penggemar *Vtuber* untuk membangun hubungan parasosial dan berinteraksi secara satu arah dengan *Vtuber* adalah untuk mengatasi rasa kesepian.
- d) Remaja dan media sosial berkaitan dengan *celebrity worship*, remaja yang terpengaruh dari luar akan melihat selebriti favoritnya sebagai acuan figur yang sempurna dan akan mencari informasinya lewat media sosial.
- e) Remaja juga seringkali gagal memenuhi kebutuhan hubungannya sehingga mengalami *loneliness*, oleh karena itu mereka membangun hubungan parasosial dengan selebriti favoritnya.

Berdasarkan identifikasi masalah, didapatkan bahwa sensitivitas remaja terhadap dunia luar dapat membuatnya terikat dengan selebriti favoritnya dengan hubungan parasosial. Hubungan ini dibangun juga dengan para *Vtuber* sebagai selebriti dunia virtual yang salah satu faktornya adalah untuk mengatasi kesepian. Oleh karena itu, penting untuk ditelusuri lebih lanjut mengenai pengaruh *loneliness* terhadap tingkat *celebrity worship* pada remaja penggemar *Vtuber*.

1.3. Pembatasan Masalah

Jika ditinjau dari identifikasi masalah yang ditetapkan dalam penelitian ini, maka perlu dilakukan pembatasan terhadap masalah agar hasil lebih tertuju secara spesifik. Sehingga dalam penelitian ini lebih menitikberatkan terhadap ada atau tidaknya pengaruh *Loneliness* terhadap *Celebrity Worship* pada remaja penggemar *Vtuber*.

1.4. Rumusan Masalah

Apakah terdapat pengaruh dari *Loneliness* terhadap *Celebrity Worship* pada remaja penggemar *Vtuber*?

1.5. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui adanya pengaruh dari *loneliness* terhadap *celebrity worship* pada remaja penggemar *Vtuber*.

1.6. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang ingin dicapai, maka penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat untuk pendidikan dan masyarakat umum. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.6.1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, peneliti berharap hasil dari penelitian ini dapat menambah referensi mengenai *loneliness* dan *celebrity worship* dalam dunia virtual yang masih belum banyak ditelusuri di Indonesia. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk memberikan pemahaman baru dalam ilmu psikologi khususnya dalam bidang sosial dan klinis.

1.6.2. Manfaat Praktis

Secara praktis hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi institusi pendidikan untuk mengembangkan ilmu terkait dengan psikologi sosial dan klinis. Selain itu bagi orang tua, penemuan ini dapat digunakan sebagai sumber informasi mengenai pengaruh *loneliness* terhadap *celebrity worship* yaitu bahwa melakukan pemujaan yang ditandai oleh hubungan parasosial terhadap selebriti dunia virtual seperti *Vtuber* untuk mengatasi kesepian juga bisa terjadi pada remaja, sehingga hal ini bisa dijadikan referensi pengawasan terhadap aktivitas anak. Selain itu, penemuan ini dapat menambah wawasan untuk lebih bijak dalam menyikapi *loneliness* yang dialami oleh remaja.

