

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

JKT48 sebagai idola group pertama di Indonesia memiliki sistem interaksi yang unik dengan penggemarnya. Berbeda dengan musisi pada umumnya yang interaksinya terbatas pada konser dan rilis album, JKT48 mengedepankan interaksi yang lebih personal melalui berbagai kanal komunikasi. Penggemar dapat menyaksikan pertunjukan teater secara langsung di Teater JKT48, FX Sudirman, Jakarta, maupun melalui layanan *live streaming*. Selain itu, interaksi juga difasilitasi melalui aplikasi seperti *Showroom* dan *IDN Live* yang semakin memperluas kesempatan penggemar untuk mengikuti aktivitas member. Berbagai acara tatap muka seperti *Meet and Greet (MnG)*, *Two Shot*, dan *OFC Event* juga diselenggarakan untuk memberikan kesempatan kepada penggemar berinteraksi secara langsung dengan member JKT48 (IDN Times, 2026). Berbeda dengan banyak fandom idola lainnya, JKT48 mengembangkan konsep *Idol You Can Meet* yang memungkinkan penggemar berinteraksi dengan idolanya baik secara langsung maupun melalui media digital. Konsep tersebut menciptakan kesempatan bagi penggemar untuk menjalin hubungan yang lebih dekat dengan idola dibandingkan hubungan penggemar-idola yang bersifat konvensional (Alwi, 2023). Implementasi konsep tersebut diwujudkan melalui berbagai aktivitas, seperti pertunjukan teater, *handshake event*, *video call*, dan *live streaming*, yang memungkinkan penggemar berinteraksi secara berulang dengan member JKT48 (Mulya & Mulyana, 2022). Oleh karena itu, fandom JKT48 menjadi konteks yang relevan untuk mengkaji hubungan parasosial karena menyediakan kondisi yang memfasilitasi paparan media yang berkelanjutan serta keterlibatan penggemar terhadap kehidupan dan aktivitas member.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa fenomena parasosial pada penggemar JKT48 telah banyak ditemukan. Mulya dan Mulyana (2022) menemukan bahwa penggemar tidak hanya berinteraksi dengan member melalui berbagai aktivitas fandom, tetapi juga mengembangkan keterikatan emosional, seperti menjadikan member sebagai sumber semangat, merasa memiliki kedekatan

personal, serta berharap dapat dikenal oleh idolanya. Sejalan dengan temuan tersebut, Laksana et al. (2025) menunjukkan bahwa tingkat *parasocial interaction* pada pengikut akun X @JKT48 berada pada kategori tinggi, dengan dimensi afektif sebagai aspek yang paling menonjol. Temuan-temuan tersebut menunjukkan bahwa penggemar JKT48 tidak hanya mengonsumsi konten terkait idolanya, tetapi juga membangun kedekatan emosional yang dapat berkembang menjadi keterikatan psikologis menyerupai hubungan sosial meskipun pada dasarnya tetap bersifat satu arah. Kondisi ini menunjukkan bahwa fenomena parasosial merupakan aspek yang relevan untuk dikaji lebih lanjut pada penggemar JKT48.

Kemudahan akses terhadap berbagai aktivitas member melalui media memungkinkan penggemar mengikuti kehidupan dan perkembangan member secara berkelanjutan, sehingga berpotensi memperkuat hubungan parasosial yang terbentuk. Dibble et al. (2016) menjelaskan bahwa hubungan parasosial merupakan hubungan jangka panjang yang dapat mulai terbentuk selama individu mengonsumsi media, namun hubungan tersebut tetap berlanjut dan berkembang melampaui situasi konsumsi media itu sendiri. Dalam konteks fandom JKT48, hubungan tersebut dapat berkembang melalui akses yang berkelanjutan terhadap aktivitas dan kehidupan member di berbagai platform digital, sehingga meningkatkan keterlibatan emosional dan persepsi kedekatan dengan member (Kowert & Daniel, 2021).

Fenomena tersebut menciptakan kondisi yang mendukung terbentuknya hubungan parasosial, yaitu hubungan antara individu dan figur media yang memberikan ilusi kedekatan meskipun tidak terdapat hubungan timbal balik yang nyata (Horton & Wohl, 1956). Dalam konteks fandom JKT48, figur media tersebut merujuk pada member JKT48, khususnya member yang menjadi fokus perhatian penggemar. Hubungan parasosial juga dapat melibatkan keterikatan emosional dan pemenuhan kebutuhan psikologis tertentu pada penggemar (Hoffner & Bond, 2022). Dibble et al. (2016) menjelaskan bahwa hubungan parasosial merupakan ikatan sosio-emosional satu arah antara individu dan figur media yang dapat berkembang menjadi hubungan yang lebih menetap, sehingga tidak terbatas pada satu *episode* paparan media saja. Dengan demikian, hubungan parasosial memiliki beberapa karakteristik yang membedakannya dari hubungan interpersonal pada

umumnya. Pertama, hubungan ini cenderung bersifat satu arah sehingga interaksi yang terjadi tidak sepenuhnya timbal balik (Horton & Wohl, 1956). Namun, dalam konteks media digital, hubungan tersebut dapat melibatkan peluang interaksi yang lebih intens antara figur media dan penggemar (Kowert & Daniel, 2021). Kedua, hubungan parasosial berkembang melalui keterpaparan yang berulang terhadap figur media dalam jangka waktu yang panjang, sehingga memungkinkan terbentuknya rasa akrab dan persepsi kedekatan seiring waktu (Dibble et al., 2016). Ketiga, hubungan parasosial dapat berperan dalam pemenuhan kebutuhan psikologis individu, seperti kebutuhan akan keterhubungan sosial (Hoffner & Bond, 2022).

Meskipun bersifat satu arah, hubungan parasosial tidak selalu bersifat tidak sehat. Dalam kondisi tertentu, hubungan ini dapat berfungsi sebagai *social surrogate*, yaitu sumber pengganti koneksi sosial yang memberikan pengalaman keterhubungan (*connectedness*) dan rasa memiliki (*sense of belonging*) bagi individu (Derrick et al., 2009). Hubungan parasosial juga dapat memberikan dukungan emosional, rasa nyaman, dan menjadi sumber hiburan maupun motivasi, terutama ketika individu menghadapi keterbatasan dalam memperoleh dukungan sosial dari lingkungan sekitarnya. Selain itu, hubungan parasosial dapat melengkapi ikatan sosial *offline*, memberikan rasa aman dan prediktabilitas, serta menghadirkan *sense of community*. Oleh karena itu, hubungan ini dapat menjadi sumber koneksi sosial yang penting, terutama ketika individu mengalami keterbatasan atau kekurangan relasi dalam lingkaran sosial *offline* mereka (Hoffner & Bond, 2022). Namun, hubungan parasosial juga dapat berkaitan dengan dampak yang kurang adaptif apabila relasi tersebut digunakan secara berlebihan hingga menggantikan interaksi sosial nyata. Dalam kondisi tersebut, pemenuhan kebutuhan sosial individu menjadi lebih bergantung pada figur media dibandingkan relasi interpersonal di kehidupan sehari-hari, sehingga berpotensi menghambat pengembangan hubungan sosial yang sehat di dunia nyata (Derrick et al., 2009).

Sejalan dengan karakteristik tersebut, proses terbentuknya hubungan parasosial tidak terjadi secara instan, melainkan berkembang secara bertahap seiring waktu. Rubin dan McHugh (1987) mengidentifikasi bahwa hubungan parasosial berkembang melalui beberapa tahap, dimulai dari ketertarikan awal

terhadap figur media, kemudian berkembang menjadi interaksi parasosial saat individu mengonsumsi konten, hingga akhirnya hubungan tersebut dipersepsikan sebagai sesuatu yang penting bagi individu. Dalam konteks penggemar JKT48, proses ini dapat terjadi ketika penggemar mulai tertarik pada seorang member, kemudian secara rutin mengikuti berbagai aktivitas dan kontennya, hingga membentuk keterikatan emosional dan persepsi kedekatan terhadap member tersebut. Oleh karena itu, dalam penelitian ini hubungan parasosial dipahami sebagai hubungan psikologis jangka panjang yang dirasakan penggemar terhadap member JKT48, yang ditandai dengan adanya keterikatan emosional dan ilusi kedekatan layaknya hubungan pertemanan, meskipun hubungan tersebut bersifat satu arah (Claessens & Van den Bulck, 2015).

Dalam konteks JKT48, proses tersebut diperkuat oleh sistem interaksi yang terstruktur dan berulang. Penggemar dapat mengikuti berbagai aktivitas member melalui beragam platform digital, seperti *Showroom*, *IDN Live*, X, Instagram dan TikTok. Akses yang berkelanjutan terhadap aktivitas member memungkinkan penggemar memperoleh informasi mengenai keseharian, pemikiran, maupun perkembangan member yang mereka ikuti. Seiring waktu, keterlibatan yang berulang tersebut dapat menumbuhkan rasa akrab, koneksi emosional, serta persepsi kedekatan terhadap member. Selain itu, partisipasi dalam *video call event* maupun interaksi melalui layanan *Private Message* turut memperkuat pengalaman kedekatan tersebut. Kowert dan Daniel (2021) menegaskan bahwa keterlibatan berulang melalui media dapat menumbuhkan rasa koneksi dan keterlibatan emosional antara penggemar dan figur media.

Media sosial memungkinkan penggemar memperoleh akses yang lebih luas terhadap kehidupan personal maupun profesional *idol*. Paparan konten figur media secara berulang melalui media sosial dapat meningkatkan perasaan kedekatan dan keterhubungan emosional penggemar dengan figur media, sehingga penggemar merasa lebih mengenal idol yang mereka ikuti dan berpotensi memperkuat hubungan parasosial yang terbentuk (Chung & Cho, 2014; Chung & Cho, 2017; Kowert & Daniel, 2021).

Loyalitas penggemar juga terlihat dalam penelitian yang dilakukan oleh Natio dan Paramita (2019), yang menunjukkan bahwa sekitar 70% pendapatan

JKT48 berasal dari aktivitas penggemar, seperti pembelian CD, pertunjukan teater, *event MnG*, dan *voting*. Temuan tersebut menunjukkan bahwa loyalitas dan keterlibatan penggemar memiliki peran penting dalam keberlangsungan industri *idol*, khususnya dalam konteks JKT48. Dalam penelitian yang sama, Natio dan Paramita (2019) juga menjelaskan bahwa JKT48 sangat bergantung pada kepercayaan penggemar. Berdasarkan wawancara dengan pihak manajemen DX *Entertainment*, pelanggaran terhadap aturan dan *golden rules* oleh member dapat memengaruhi kepercayaan penggemar serta berdampak pada reputasi grup. Temuan tersebut menunjukkan bahwa loyalitas dan keterlibatan penggemar memiliki peran penting dalam keberlangsungan industri *idol*, khususnya dalam konteks JKT48.

Ikatan emosional dalam hubungan parasosial juga dapat terlihat ketika seorang member memutuskan untuk lulus (*graduate*) dari JKT48. Peristiwa tersebut sering kali memunculkan respons emosional pada penggemar, seperti perasaan kehilangan, sedih, atau kekecewaan. Respons tersebut memungkinkan bahwa hubungan parasosial dapat melibatkan keterikatan emosional dan ilusi kedekatan yang menyerupai hubungan interpersonal, meskipun hubungan tersebut pada dasarnya bersifat satu arah dan tidak berlangsung secara timbal balik (Horton & Wohl, 1956)

Fenomena tersebut juga tercermin dalam penelitian Rakasiwi et al. (2024) mengenai *respons* penggemar terhadap kelulusan Shani Indira Natio. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa pengumuman *graduation* tidak hanya menjadi peristiwa yang memengaruhi *member* yang bersangkutan, tetapi juga memunculkan berbagai *respons* emosional dan perilaku pada penggemar sebagai bentuk reaksi terhadap putusnya hubungan parasosial. Penelitian tersebut menggambarkan bahwa kedekatan emosional yang dibangun penggemar dan *idol* dapat berkembang sedemikian kuat sehingga peristiwa kelulusan dipersepsikan sebagai kehilangan hal yang bermakna bagi sebagian penggemar.

Dalam konteks idola group, pelanggaran terhadap ekspektasi atau citra yang dibangun oleh figur media dapat memunculkan respons emosional yang kuat dari penggemar. Jones et al. (2022) menjelaskan bahwa penggemar dapat mengalami trauma emosional yang nyata ketika figur media yang mereka kagumi terlibat dalam

kontroversi atau pelanggaran tertentu. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa hubungan parasosial tidak hanya memengaruhi keterikatan penggemar terhadap figur media, tetapi juga dapat memengaruhi kondisi emosional penggemar ketika terjadi perubahan pada figur tersebut. Pada beberapa penggemar, keterlibatan emosional terhadap idol dapat memengaruhi aktivitas sehari-hari. Penelitian Wardani dan Kusuma (2021) menunjukkan bahwa penggemar K-pop secara rutin mengakses media sosial *idol*, aktif mencari informasi mengenai kehidupan idol, serta menunjukkan keterlibatan emosional tersebut juga dapat tercermin dalam aktivitas penggemar sehari-hari.

Respons emosional penggemar terhadap berbagai peristiwa yang menimpa member, baik kelulusan (*graduate*), cedera, maupun pelanggaran, menunjukkan adanya investasi emosional dalam hubungan parasosial yang mereka bangun dengan idola. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa dukungan penggemar terhadap JKT48 tidak semata-mata didasarkan pada apresiasi terhadap penampilan, tetapi juga melibatkan keterikatan emosional dan persepsi kedekatan yang berkembang melalui hubungan parasosial. Keterikatan tersebut tidak hanya berkaitan dengan aspek afektif, tetapi juga dapat memengaruhi perilaku individu dalam mengakses dan mengonsumsi media. Salah satu bentuk perilaku yang muncul adalah kecenderungan penggemar untuk terus mengikuti aktivitas member dan dinamika fandom agar tidak melewatkan informasi, interaksi, atau momen yang dianggap penting. Dalam konteks JKT48, perilaku tersebut dapat terlihat dari upaya penggemar untuk terus memantau informasi terbaru mengenai member, mengikuti siaran *Showroom*, maupun berpartisipasi dalam berbagai aktivitas fandom. Kecenderungan untuk terus terhubung agar tidak tertinggal dari pengalaman penggemar lain, seperti terlambat mengetahui informasi terbaru, tidak mengikuti interaksi di *Showroom*, atau melewatkan momen penting yang ramai diperbincangkan dalam fandom, menunjukkan adanya keterkaitan dengan *Fear of Missing Out* (FoMO).

FoMO atau *Fear of Missing Out* pertama kali muncul sebagai istilah pada tahun 2004 untuk menggambarkan fenomena yang diamati di situs jejaring sosial, dan mulai diteliti secara empiris sejak tahun 2010 seiring pesatnya pertumbuhan media sosial. Istilah ini kemudian resmi masuk ke dalam Oxford Dictionary pada

tahun 2013 (Gupta & Sharma, 2021). Definisi yang paling banyak dirujuk dalam literatur ilmiah datang dari Przybylski et al. (2013) yang mendefinisikan FoMO sebagai perasaan takut atau khawatir yang merasa bahwa orang lain mungkin mengalami pengalaman berharga yang tidak kita ikuti dengan ditandai keinginan untuk terus terhubung apa yang dilakukan oleh orang lain. Definisi ini mencakup dua komponen utama, yaitu persepsi akan pengalaman yang terlewat dan dorongan untuk terhubung dengan jaringan sosial (Gupta & Sharma, 2021)

Menurut Ryan dan Deci (2000), manusia memiliki tiga kebutuhan psikologis dasar, yaitu kompetensi (competence), otonomi (autonomy), dan keterhubungan (relatedness). Dalam konteks FoMO, Przybylski et al. (2013) menjelaskan bahwa FoMO dapat dipahami melalui kerangka Self-Determination Theory, di mana FoMO berkaitan dengan rendahnya pemenuhan kebutuhan psikologis dasar, khususnya ketika individu merasa kurang terhubung dengan orang lain. Dalam konteks ini, kebutuhan keterhubungan (relatedness) menjadi relevan karena ketika kebutuhan tersebut tidak terpenuhi, individu dapat menjadi lebih rentan mengalami FoMO dan terdorong menggunakan media sosial untuk memperoleh atau mempertahankan keterhubungan sosial.

Dalam konteks JKT48, FoMO dapat dipicu oleh berbagai momen dan dinamika fandom, seperti jadwal showroom yang beragam dan sering kali mendadak, pengumuman event spesial, perilisan merchandise edisi terbatas hingga momen kelulusan member. Situasi tersebut menciptakan rasa urgensi karena penggemar tidak hanya khawatir melewatkan aktivitas member, tetapi juga khawatir tertinggal; dari penggemar lain dalam memperoleh informasi terbaru, mengikuti interaksi di showroom, mengakses konten eksklusif, atau terlibat dalam percakapan fandom yang berlangsung. Dengan demikian, FoMO pada penggemar JKT48 dapat dipahami sebagai ketakutan untuk tertinggal dari pengalaman fandom yang dianggap berharga, sehingga mendorong penggemar untuk terus memantau aktivitas member dan dinamika komunitas penggemar melalui media sosial.

Fenomena serupa juga ditemukan dalam penelitian terdahulu. Susaria dan Pratiwi (2024) dalam penelitian kuantitatifnya terhadap 318 penggemar K-Pop di Indonesia menunjukkan adanya korelasi positif yang signifikan antara FoMO dan Problematic internet use. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat

FoMO seorang penggemar, semakin besar kecenderungannya untuk menggunakan internet secara berlebihan guna memperoleh informasi terbaru mengenai idolanya. Penggunaan internet yang intens mendorong penggemar untuk terus mengikuti aktivitas idola melalui media sosial serta menghabiskan lebih banyak waktu dalam berinteraksi dengan komunitas penggemar. Dalam konteks JKT48, FoMO dapat muncul ketika penggemar khawatir bahwa penggemar lain memperoleh pengalaman yang tidak mereka alami, seperti mengetahui informasi terbaru lebih dahulu, mengikuti siaran langsung member, menyaksikan momen tertentu, atau berpartisipasi dalam kegiatan yang berkaitan dengan idola. Kekhawatiran tersebut mendorong penggemar untuk terus memantau aktivitas member dan mengikuti berbagai interaksi di komunitas agar tetap terhubung dengan pengalaman yang sedang dialami penggemar lain. Temuan serupa ditemukan oleh Cheng dan Zhang (2025) pada penggemar virtual idol Generasi Z. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keterikatan parasosial memiliki hubungan positif yang signifikan dengan Fear of Missing Out (FoMO). Secara psikologis, individu yang mengalami FoMO memiliki dorongan untuk terus terhubung dengan aktivitas, pengalaman, dan informasi yang berkaitan dengan figur media karena adanya kekhawatiran akan tertinggal dari apa yang sedang terjadi maupun dari pengalaman yang diperoleh penggemar lain (Przybylski et al. 2013). Dorongan tersebut membuat penggemar lebih sering memantau media sosial, mengikuti aktivitas idola, serta informasi terbaru mengenai kehidupan dan kegiatan figur media. Frekuensi paparan yang semakin tinggi terhadap figur media memberikan lebih banyak kesempatan bagi penggemar untuk mengenal, memahami, dan membangun kedekatan emosional dengan idolanya. Seiring meningkatnya intensitas paparan dan keterlibatan tersebut, hubungan parasosial yang terbentuk juga cenderung semakin kuat (Dribble et al., 2016; Kowert & Daniel, 2021).

Temuan tersebut mengindikasikan bahwa semakin kuat keterikatan emosional penggemar terhadap idol, semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk mengalami Fear of Missing Out (FoMO). Secara psikologis, FoMO dapat dipahami sebagai dorongan untuk terus terhubung dengan aktivitas orang lain agar individu tidak merasa tertinggal dari pengalaman informasi atau momen yang dinilai berharga (Przybylski et al. 2013). Dalam konteks fandom JKT48, dorongan tersebut

dapat mendorong penggemar untuk terus mengikuti aktivitas penggemar lain yang berkaitan dengan idola, seperti memantau informasi terbaru, mengikuti siaran langsung, maupun berpartisipasi dalam berbagai bentuk interaksi daring. Upaya untuk terus terhubung tersebut secara tidak langsung meningkatkan paparan penggemar terhadap kehidupan dan aktivitas idola melalui berbagai media. Paparan yang terjadi secara berulang kemudian berpotensi memperkuat rasa akrab, persepsi kedekatan, serta keterlibatan emosional penggemar terhadap idola yang pada akhirnya mendukung berkembangnya hubungan parasosial (Dibble et al., 2016; Kowert & Daniel, 2021). Dengan demikian, FoMO tidak hanya berkaitan dengan kekhawatiran akan tertinggal dari pengalaman yang sedang dialami penggemar lain, tetapi juga dapat berperan meningkatkan keterlibatan penggemar dengan figur media sehingga memperkuat hubungan parasosial yang terbentuk.

Berdasarkan uraian di atas, FoMO dalam penelitian ini didefinisikan sebagai kecemasan yang dialami penggemar JKT48 terhadap kemungkinan tertinggal dari penggemar lain dalam memperoleh informasi, interaksi, atau mengalami momen-momen berharga yang berkaitan dengan idola dan aktivitas fandom. Kecemasan tersebut mendorong penggemar untuk terus terhubung secara langsung dengan aktivitas member, media sosial fandom, serta berbagai bentuk interaksi yang berlangsung dalam komunitas penggemar. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa FoMO berkaitan dengan keinginan untuk tetap terhubung dengan aktivitas orang lain serta peningkatan pengguna media sosial (Przybylski et al. 2013) Oleh karena itu, FoMO dapat dipahami sebagai salah satu faktor yang mendorong penggemar untuk tetap terhubung dengan aktivitas member dan dinamika fandom. Namun, dorongan tersebut perlu diwujudkan melalui keterlibatan dan paparan media yang memadai agar penggemar dapat terus mengikuti kehidupan dan aktivitas idolanya, sehingga hubungan parasosial dapat berkembang atau semakin menguat. Dengan kata lain, FoMO yang tinggi tidak selalu diikuti oleh hubungan parasosial yang kuat apabila tidak disertai intensitas paparan media yang cukup terhadap member JKT48.

Paparan media menjadi salah satu faktor yang berperan dalam pembentukan hubungan parasosial. Horton dan Wohl (1956) menjelaskan bahwa hubungan parasosial merupakan hubungan satu arah yang berkembang melalui paparan

berulang terhadap figur media. Paparan yang berlangsung secara berulang memungkinkan audiens semakin mengenal figur media, mengikuti aktivitas dan perkembangan kehidupannya, serta membangun rasa akrab dan kedekatan emosional dengannya. Dengan demikian, dalam konteks penggemar JKT48, paparan media menjadi mekanisme yang memungkinkan dorongan penggemar untuk tetap terhubung dengan member diwujudkan melalui akses yang berulang terhadap konten, aktivitas, dan berbagai bentuk interaksi terkait idola. Meskipun seorang penggemar memiliki FoMO yang tinggi, hubungan parasosial diperkirakan tidak akan berkembang secara optimal apabila paparan media terhadap idola relatif rendah. Sebaliknya, paparan media yang tinggi memberikan lebih banyak kesempatan bagi penggemar untuk memperoleh informasi, mengikuti perkembangan idolanya, dan membangun kedekatan emosional yang pada akhirnya memperkuat hubungan parasosial.

Dalam konteks media digital, paparan media tidak hanya berupa konsumsi informasi, tetapi juga memungkinkan individu melihat sisi personal figur media melalui berbagai konten digital. Kim et al. (2021) menjelaskan bahwa siaran langsung idola sering dilakukan di ruang-ruang informal, seperti ruang tunggu, mobil, atau rumah. Kondisi tersebut memungkinkan penggemar melihat sisi figur media yang lebih santai dan personal, sehingga berpotensi meningkatkan perasaan kedekatan dengan figur media tersebut.

Semakin sering penggemar terpapar konten figur media, semakin besar peluang terbentuknya pemahaman dan perasaan kedekatan terhadap figur tersebut (Chung & Cho, 2014). Paparan terhadap konten keseharian serta interaksi melalui media sosial memungkinkan penggemar merasa lebih mengenal figur media secara personal, sehingga dapat memperkuat hubungan parasosial yang terbentuk. Dalam konteks JKT48, paparan media juga dapat terjadi melalui berbagai aktivitas live streaming yang memungkinkan terjadinya interaksi langsung antara member dan penggemar. Hidayat dan Abadi (2024) menunjukkan bahwa interaksi melalui fitur live streaming dapat meningkatkan keterlibatan audiens serta memperkuat hubungan emosional antara member dan penggemar. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa paparan media digital yang bersifat interaktif tidak hanya memberikan akses

terhadap informasi, tetapi juga dapat meningkatkan perasaan kedekatan antara penggemar dan figur media.

Berdasarkan uraian tersebut, FoMO dan paparan media diperkirakan saling melengkapi dalam menjelaskan terbentuknya hubungan parasosial pada penggemar JKT48. FoMO berperan sebagai dorongan yang membuat penggemar ingin terus mengikuti aktivitas dan pengalaman yang berkaitan dengan member agar tidak tertinggal dari pengalaman, informasi, maupun interaksi yang diperoleh penggemar lain. Sementara itu, paparan media menjadi sarana yang memungkinkan dorongan tersebut diwujudkan melalui akses yang berulang terhadap berbagai konten, interaksi, dan aktivitas member JKT48. Dengan demikian, ketika penggemar memiliki FoMO yang tinggi terhadap pengalaman penggemar lain dan didukung oleh paparan media yang tinggi, peluang untuk membangun kedekatan emosional serta mengembangkan hubungan parasosial dengan member JKT48 menjadi semakin besar.

Dengan demikian, berbagai penelitian sebelumnya menunjukkan adanya keterkaitan antara FoMO, paparan media, dan hubungan parasosial. Namun, penelitian terdahulu umumnya mengkaji hubungan tersebut secara terpisah. Penelitian mengenai FoMO dalam konteks fandom lebih banyak dikaitkan dengan problematic internet use, sedangkan penelitian mengenai paparan media lebih banyak difokuskan pada pembentuk hubungan parasosial. Selain itu, karakteristik JKT48 yang mengusung konsep idol you can meet memungkinkan penggemar memiliki intensitas interaksi yang lebih tinggi dibandingkan fandom musik pada umumnya. Meskipun demikian, penelitian yang menguji FoMO dan paparan media secara simultan sebagai prediktor hubungan parasosial pada konteks tersebut masih sangat terbatas.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka dapat diidentifikasi permasalahan dalam penelitian berikut ini:

1. Penggemar JKT48 menunjukkan keterikatan emosional yang mengindikasikan terbentuknya hubungan parasosial.
2. JKT48 menyediakan berbagai kanal media yang memungkinkan penggemar mengikuti aktivitas member secara berkelanjutan.

3. Penggemar JKT48 menunjukkan kecenderungan untuk terus mengikuti aktivitas member agar tidak melewatkan informasi maupun momen penting.
4. Belum diketahui pengaruh *Fear of Missing Out* (FoMO) dan paparan media terhadap hubungan parasosial pada penggemar JKT48

1.3. Pembatasan Masalah

Penelitian ini dibatasi pada Pengaruh *Fear of Missing Out* (FoMO) dan Paparan Media terhadap Hubungan Parasosial para Penggemar JKT48.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah, dan batasan masalah, maka rumusan masalah ini, yaitu: Apakah *Fear of Missing Out* (FoMO) dan Paparan Media berpengaruh terhadap Hubungan Parasosial pada penggemar JKT48?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Fear of Missing Out* (FoMO) dan paparan Media terhadap Hubungan Parasosial pada penggemar JKT48.

1.6. Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu psikologi, khususnya dalam bidang psikologi sosial dan psikologi media, dengan memperkaya kajian mengenai hubungan parasosial, *Fear of Missing Out* (FoMO), dan paparan media dalam konteks idola group di Indonesia. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi empiris bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji dinamika psikologis dalam interaksi antara individu dan figur media.

1.6.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai dinamika hubungan parasosial, *Fear of Missing Out* (FoMO), serta paparan media dalam konteks *idol*, sehingga mahasiswa dapat lebih bijak dalam mengelola penggunaan media dan keterlibatan emosional terhadap figur media.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan dasar pengembangan penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan hubungan parasosial, FoMO, dan paparan media, baik dengan menambahkan variabel lain maupun menggunakan pendekatan metodologi yang berbeda.

