

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Akun Media Sosial X @NCTDream

Penelitian ini berfokus pada akun media sosial *base* X bernama @NCTDreamINA, yang menjadi ruang interaksi para penggemar NCT Dream di Indonesia. Akun ini dipilih karena aktivitas penggunanya yang tinggi dalam mengekspresikan kedekatan emosional dengan idola, sehingga relevan untuk mengkaji fenomena hubungan parasosial (*parasocial relationship*) dalam konteks fandom K-Pop berikut gambaran umum sebagai berikut:

1. Gambaran Umum

Penggemar yang membentuk grup penggemar dan berpartisipasi dalam budaya K-pop dikenal sebagai K-Popers (Pecinta K-Pop). Penggemar Kpop ini biasanya menjelajahi internet untuk mencari semua informasi tentang selebritas K-pop yang mereka kagumi. Penggemar K-pop biasanya lebih sering untuk berkomunikasi dan berinteraksi melalui media sosial. Penggemar penggemar ini biasanya akan saling berinteraksi melalui *base*.¹

Base adalah sebuah akun yang terdapat di platform media sosial X. Base digunakan sebagai tempat untuk saling berkomunikasi dan bertukar informasi yang dikhususkan untuk orang-orang yang memiliki kesukaan yang sama. Di dalam base, seseorang dapat mengirimkan pesan ataupun memberikan informasi yang dapat dibaca oleh semua pengikut akun tersebut tanpa harus merasa takut identitasnya

¹ Roro Irene Ayu C.M, Chontina Siahaan, Peranan Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi Remaja Penggemar Kpop , *Jurnal Riset Komunikasi*, Vol 13 No 1 (2022) Hlm. 65 - 83

diketahui.² Pesan yang dikirimkan di base biasa disebut dengan menfess atau yang merupakan singkatan dari mention confess atau surat anonim. Sama halnya dengan base K-pop yang biasa digunakan untuk saling tukar informasi antar penggemar, atau sekedar saling berkenalan dan menambah relasi antar sesama penggemar. Salah satu contoh base K-pop yang terdapat di X adalah akun @NCTDreamINA yang merupakan base yang dikhususkan untuk para penggemar boyband NCT Dream.³

Akun dengan lebih dari 500 ribu pengikut itu aktif digunakan untuk bertukar informasi mengenai NCT Dream setiap harinya.

2. Infomasin Akun NCT Dream di X

Base penggemar NCT Dream di X dengan akun yang bernama @NCTDreamINA bertujuan untuk sarana mempermudah berbagi otomatis berikut profil akun X:

GAMBAR 4.1 AKUN X



² Putri, A. R., & Wulandari, D. Peran Media Sosial Twitter dalam Komunikasi Antar Penggemar K-pop: Studi Kasus Base K-pop di Indonesia. *Jurnal Komunikasi dan Media*, (2021). 12(2), 145-160.

³ Rahman, F., & Lestari, S. Komunikasi Digital dalam Komunitas K-pop: Studi Tentang Base Twitter sebagai Media Interaksi Penggemar. *Jurnal Media dan Budaya Populer*, (2022). 5(1), 33-48.

Akun Perbulan Mei 2025

B. Pelaksanaan Penelitian

Berikut adalah sajian data dalam bentuk table prosedur penelitian agar dapat diketahui bagaimana alur penelitian dalam melakukan penelitian:

TABEL 4.1 ALUR PENELITIAN

No.	Hari/Tanggal	Kegiatan	Keterangan
1.	Kamis, 14 November 2024	Konsultasi ke Dosen Pembimbing	Konsultasi membahas tentang instrumen penelitian yang akan di gunakan dalam penelitian ini.
2.	Kamis, 21 November 2024	Pembuatan Kuesioner	Membuat kuesioner dalam bentuk google form untuk disebarkan.
3.	Sabtu, 23 November 2024	Penyebaran Kuesioner	Menyebarkan kuesioner kepada responden melalui grup Whatapp dan di akun X pribadi peneliti.
4.	Minggu, 1 Desember 2024	Responden Kuesioner Telah Terpenuhi	Pengecekan melalui google form dan responde penelitian sudah terpenuhi untuk menjadi sampel penelitian
6.	Kamis 12 Desember 2024	Merekap Seluruh Hasil	Menggabungkan hasil

No.	Hari/Tanggal	Kegiatan	Keterangan
		Penelitian	koesioner responden untuk dilakukan uji.
7.	Senin, 16 Desember 2024	Uji Normalitas dan Linieritas.	SPSS Ver 25 For windows
8.	Senin, 23 Desember 2024	Analisis Regresi Sederhana	SPSS Ver 25 For windows

C. Analisis Data Penelitian

1. Karakteristik Responden Penelitian

Responden penelitian merupakan para penggemar NCT Dream yang mengikuti NCT Dream di akun base @NCTDreamINA di aplikasi X. Karakteristik ini didapatkan berdasarkan data primer pada pengisian kuesioner penelitian yaitu sebagai berikut:

a. Uji Pengelompokkan Berdasarkan Berdasarkan Jenis Kelamin

TABEL 4.2 RESPONDEN BERDASARKAN JENIS KELAMIN

Jenis kelamin	Frekuensi	Presentase (%)
Laki-laki	12	12%
Perempuan	88	88%
Total	100	100%

Pada tabel 4.2 menunjukkan bahwa dari 100 orang responden, sebanyak 12 orang adalah laki-laki (12%) dan sebanyak 88 orang adalah Perempuan (88%).

b. Uji Pengelompokkan Berdasarkan Umur

TABEL 4.3 RESPONDEN BERDASARKAN UMUR

Umur	Frekuensi	Presentase
17 Tahun	2	2%
18 Tahun	5	5%
19 Tahun	10	10%
20 Tahun	19	19%
21 Tahun	22	22%
22 Tahun	19	19%
23 Tahun	9	9%
24 Tahun	8	8%
25 Tahun	5	5%
26 Tahun	1	1%
Total	100	100%

Pada tabel 4.3 menunjukkan bahwa dari 100 orang sebagai responden, sebanyak 2 orang berumur 17 tahun (2%), sebanyak 5 orang berumur 18 tahun (5%), sebanyak 10 orang berumur 19 tahun (10%), sebanyak 19 orang berumur 20 tahun (19%), sebanyak 22 orang berumur 21 tahun (22%), sebanyak 19 orang berumur 22 tahun (19%), sebanyak 9 orang berumur 23 tahun (9%), sebanyak 8 persen berumur 24 tahun (8%), sebanyak 5 orang berumur 26 tahun (5%), dan sebanyakorang berumur 26 tahun (1%).

c. Pengelompokkan Berdasarkan Bias di NCT Dream

TABEL 4.4 RESPONDEN BERDASARKAN BIAS DI NCT DREAM:

Bias di NCT Dream	Frekuensi	Presentasi (%)
Mark Lee	16	16%
Huang Renjun	21	21%
Lee Jeno	16	16%
Lee Haechan	14	14%
Na Jaemin	14	14%
Zhong Chenle	5	5%
Park Jisung	14	14%
Total	100	100%

Pada tabel 4.4 menunjukkan bahwa dari 100 orang sebagai responden, sebanyak 16 orang biasanya adalah Mark Lee (16%), sebanyak 21 orang biasanya adalah Huang Renjun (21%), sebanyak 16 orang biasanya adalah Lee Jeno (16%), sebanyak 14 orang biasanya adalah Lee Haechan (14%), Sebanyak 14 orang biasanya adalah Na Jaemin (14%), sebanyak 5 orang biasanya Zhong Chenle (5%), dan sebanyak 14 orang biasanya adalah Park Jisung (14%).

d. Uji Pengelompokkan Berdasarkan Berapa Lama Menjadi Fans NCT

Dream

TABEL 4.5 RESPONDEN BERDASARKAN BERAPA LAMA MENJADI FANS NCT DREAM

Durasi Menjadi Dreamzen	Frekuensi	Presentase (%)
Kurang dari 1 Tahun	7	7%
Lebih dari 1 Tahun	67	67%
Lebih dari 5 Tahun	26	26%
Total	100	100%

Pada tabel 4.5 menunjukkan bahwa dari 100 orang sebagai responden, sebanyak 7 orang menjadi fans NCT Dream dalam rentang waktu kurang dari 1 tahun (7%), sebanyak 67 orang menjadi fans NCT Dream dalam rentang waktu lebih dari 1 tahun (67%), dan sebanyak 26 orang menjadi fans NCT Dream dalam rentang waktu lebih dari 5 tahun (26%).

e. Uji Pengelompokan Berdasarkan Rentang Waktu Scroll Tentang NCT Dream Di Aplikasi X.

TABEL 4.6 GAMBAR RESPONDEN BERDASARKAN RENTANG WAKTU SCROLL TENTANG NCT DREAM DI APLIKASI X.

Durasi Penggunaan Aplikasi X Tentang NCT Dream Dalam Hari	Frekuensi	Presentase (%)
Kurang dari 1 jam	17	17%
Kurang dari 3 jam	53	53%
kurang dari 5 jam	22	22%
Lebih dari 7 jam	8	8%
Total	100	100%

Pada table 4.6 menunjukkan bahwa dari 100 orang sebagai responden, sebanyak 17 orang dalam rentang waktu kurang dari jam (17%), sebanyak 53 orang dalam rentang waktu kurang dari 3 jam (53%), sebanyak 22 orang dalam rentang waktu kurang dari 5 jam (22%), sebanyak 7 orang dalam rentang waktu lebih dari 7 jam (8%).

f. Uji Pengelompokan Berdasarkan Pernah Bertemu Secara Langsung Dengan NCT Dream Atau Tidak

TABEL 4.7 GAMBAR RESPONDEN BERDASARKAN PERNAH BERTEMU SECARA LANGSUNG DENGAN NCT DREAM ATAU TIDAK

Pernah Bertemu Secara	Frekuensi	Presentase (%)
------------------------------	------------------	-----------------------

langsung		
Ya	45	45%
Tidak	55	55%

Pada tabel 4.7 menunjukkan bahwa dari 100 orang sebagai responden, sebanyak 45 orang sudah pernah bertemu langsung dengan anggota NCT Dream (45%), sedangkan sebanyak 55 orang belum pernah bertemu dengan anggota NCT Dream (55%).

2. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas pada model regresi digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Pada penelitian ini uji normalitas menggunakan metode Uji *One Sample Kolomogorov Smirnov*, dalam hal ini untuk mengetahui apakah distribusi residual terdistribusi normal atau tidak. Residual berdistribusi normal jika nilai signifikansi lebih dari 0,05.

TABEL 4.8 HASIL UJI NORMALITAS KOLMOGOROV-SMIRNOV

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	7,10179966
Most Extreme Differences	Absolute	,070
	Positive	,070
	Negative	-,034
Test Statistic		,070

Asymp. Sig. (2-tailed)	,200 ^{e,d}
------------------------	---------------------

Sumber: Hasil Analisis Statistik Melalui Program SPSS 25, 2024

Berdasarkan tabel 4.8, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi skor Asymp.Sig (2-tailed) sebesar 0,200 melbihi alpha 0,05. Hal tersebut menandakan bahwa data yang diuji terdistribusi normal, karena $0,200 > 0,05$.

b. Uji Linieritas

Uji linieritas ini dipergunakan untuk memastikan bahwa antar variabel bebas dan terikat mempunyai korelasi linier atau tidak. Apabila dua variabel *linearity* (signifikansi) dibawah 0,05 berarti dinyatakan berkorelasi yang linier apabila *deviation for linearity* signifikansi melebihi 0,05.⁴

TABEL 4.9 UJI LINIERITAS

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Parasocial Relationship * Hapiness	Between Groups	(Combined)	13484,026	25	518,616	1,523	,000
		Linearity	1818,481	1	1818,481	5,341	,000
		Deviation from Linearity	11665,546	26	466,622	1,371	,151
	Within Groups		24852,724	73	340,448		
	Total		38336,750	99			

Pada tabel 4.9 didapat nilai *Parasocial Relationship* dengan *Hapiness* menunjukkan nilai signifikan linier sebesar $0,000 < 0,005$ atau *Deviation from Linearity* sebesar $0,151 > 0,05$, sehingga kesimpulannya bahwa terdapat korelasi yang linier antara *Parasocial Relationship* dengan *Hapiness*.

3. Analisis Data Deskriptif Hasil Penelitian

⁴ Duwi Priyatno, SPSS 22: *Pengolahan Data Terpraktis* (Yogyakarta: CV. Andi, 2014). 79.

Analisis ini dipergunakan untuk menganalisa dengan cara memberikan gambaran atau deskriptif yang sudah terkumpul sebagai adanya.

TABEL 4.10 HASIL UJI DESKRIPTIF DATA PENELITIAN

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Parasocial Relationship	100	88,00	168,00	125,9500	19,67841
Hapiness	100	110,00	150,00	123,6800	7,27647
Valid N (listwise)	100				

Berdasarkan tabel 4.10 hasil uji deksriptif diatas, dapat kita gambarkan disktribusi data yang didapat oleh peneliti adalah:

1. Variabel *Parasocial Relationship* (X), dari data tersebut bisa di deskripsikan bahwa nilai minimum 88 sedangkan nilai maximum sebesar 168, nilai rata-rata *Parasocial Relationship* sebesar 125,95 dan standar deviasi data *Parasocial Relationship* adalah 19,67841
2. Variabel *Hapiness* (Y), dari data tersebut bisa di deskripsikan bahwa nilai minimum 110 sedangkan nilai maximum sebesar 150, nilai rata-rata *Hapiness* sebesar 123,68 dan standar debiasi data *Hapiness* adalah 7,27647.

Kemudian untuk mendapatkan nilai kategori tinggi dan rendahnya nilai subjek pada varibel *Parasocial Relationship* dan *Hapiness* terdapat rumusan dalam pengkategorian berdasarkan norma kategori menurut Saifuddin Azwar dalam tulisan Sri Wulandari sebagai berikut.⁵

⁵ Sri Wulandari, "Pengaruh Khauf terhadap Perilaku Seksual Pranikah pada Mahasiswa yang Berpacaran di Universitas X" (Banjarmasin, Universitas Islam Negeri (UIN) Antasari Banjarmasin,

Keterangan:

M : Mean (Rata-rata)

SD : Standar Deviasi

Diketahui

Rendah	$X < (M - 1.SD)$
Sedang	$(M - 1.SD) \leq X < (M + 1.SD)$
Tinggi	$X > (M + 1.SD)$

Setelah melakukan perhitungan dengan rumus tersebut lalu diperoleh kategori untuk setiap variabel yang kemudian akan dianalisis data pada variabel *Parasocial Relationship* dan *Happiness*.

a. Analisis Data Skala *Parasocial Relationship*

Setelah melakukan uji analisis deskripsi data penelitian, kemudian peneliti menggunakan IBS SPSS statistic versi 25 untuk melakukan analisis data *Parasocial Relationship* dengan hasil sebagai berikut:

TABEL 4.11 KATEGORISASI *PARASOCIAL RELATIONSHIP*

Kategori

		Rentang Nilai	Frekuensi	Presentase %
VALID	Rendah	$X < 106,27$	5	5%
	Sedang	$106,27 \leq X \leq 145,63$	87	87%
	Tinggi	$X > 145,63$	8	8%
	Total		100	100%

Dari tabel 4.11 diketahui bahwa *Parasocial Relationship* dengan tingkat rendah sebanyak 5 orang dengan presentasi 5%, tingkat sedang sebanyak 87 orang

dengan presentase 87%, dan tingkat tinggi sebanyak 8 orang dengan presentase 8%.

b. Analisis Data Skala *Hapiness*

Setelah melakukan uji analisis deskripsi data penelitian, kemudian peneliti menggunakan IBS SPSS statistic versi 25 untuk melakukan analisis data *Hapiness* dengan hasil sebagai berikut:

TABEL 4.12 KATEGORISASI *HAPINESS*

Kategori

		Rentang Nilai	Frekuensi	Presentase %
VALID	Rendah	$X < 116,40$	8	8%
	Sedang	$116,40 \leq X \leq 130,96$	72	72%
	Tinggi	$X > 130,96$	10	10%
	Total		100	100%

Dari tabel 4.12 diketahui bahwa *Hapiness* dengan tingkat rendah sebanyak 8 orang dengan presentasi 8%, tingkat sedang sebanyak 72 orang dengan presentase 72%, dan tingkat tinggi sebanyak 10 orang dengan presentase 10%.

4. Uji Regresi Linier Sederhana

Uji regresi linier ini digunakan bertujuan untuk menguji pengaruh antara satu variable independent (X) dan satu variable dependen (Y).⁶

TABEL 4.13 HASIL MODEL SUMMARY

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
-------	---	----------	-------------------	----------------------------

⁶ Wiratna Sujarweni, "SPSS Untuk Penelitian" (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015).

1	,318 ^a	,147	,138	7,13794
a. Predictors: (Constant), PARASOCIAL				

Berdasarkan tabel 4.13, hasil koefisien determinasi (R^2) adalah sebesar 0,147 atau 14,7%. Hal ini dapat diartikan bahwa variabel *Parasocial relationship* memiliki kontribusi pengaruh terhadap happiness sebesar 0,147 atau 14,7%. Adapun 0,853 atau 85,3% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

TABEL 4.14 HASIL ANOVA

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	248,640	1	248,640	4,880	,029 ^b
	Residual	4993,120	98	50,950		
	Total	5241,760	99			
a. Dependent Variable: HAPPINES						
b. Predictors: (Constant), PARASOCIAL						

TABEL 4.15 HASIL COEFFICIENTS

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13,537	4,647		4,434	,009
	PARASOCIAL	,181	,136	,318	2,209	,000
a. Dependent Variable: HAPPINESS						

Berdasarkan tabel 4.15 nilai *Untandardized Coefficients* sebesar 13.537 angka ini menunjukkan nilai *happiness*. Sedangkan nilai koefisien regresi sebesar

0,181 yang menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai *parasocial* meningkat satu seperti 0,181. Koefisien regresi bernilai positif artinya terdapat korelasi positif antara *parasocial* dengan *Happiness*, bertambah tingginya *parasocial* maka *happiness* semakin tinggi. Berdasarkan uji regresi linier sederhana tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima yaitu ada kontribusi *parasocial* terhadap *happiness* pada penggemar NCT Dream.

Selanjutnya dalam uji hipotesis ini dilakukan untuk memperoleh kesimpulan menerima atau tidak hipotesis tersebut sebagai tujuan dari uji hipotesis yaitu sebagai berikut:

H_a : Terdapat kontribusi *Parasocial relationship* terhadap *Happiness* pada pengikut akun base @NCTDreamINA di aplikasi X.

H_o : Tidak terdapat kontribusi *Parasocial relationship* terhadap *Happiness* pada pengikut akun base @NCTDreamINA di aplikasi X.

TABEL 4.16 UJI KORELASI *PARASOCIAL RELATIONSHIP* DAN *HAPPINESS*
Correlations

		Happiness	Parasocial Relationship
Pearson Correlation	Happiness Parasocial Relationship	1.000 .318	.318 1.000
Sig. (1-tailed)	Happiness Parasocial Relationship	. .000	.000 .
N	Happiness Parasocial Relationship	100 100	100 100

Tabel 4.16 menunjukkan bahwa nilai korelasi (r) antara *parasocial relationship* dan *happiness* adalah sebesar 0,318, yang menunjukkan adanya hubungan positif namun dalam kategori lemah. Artinya, semakin kuat hubungan

parasosial yang dimiliki individu terhadap idola, dalam hal ini anggota NCT Dream, maka kebahagiaan yang dirasakan cenderung meningkat, meskipun tidak terlalu besar. Nilai signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,005$) mengindikasikan bahwa hubungan ini bersifat signifikan secara statistik. Dengan demikian, hipotesis alternatif (H_a) dinyatakan diterima, sedangkan hipotesis nol (H_0) ditolak, karena terdapat hubungan yang nyata antara kedua variabel tersebut.

Korelasi yang positif menggambarkan bahwa *parasocial relationship* dapat memberikan kontribusi terhadap kebahagiaan individu, meskipun dalam kadar yang terbatas. Ini sejalan dengan teori bahwa keterikatan emosional terhadap figur publik atau idola dapat memberikan kenyamanan, rasa terhubung, dan pelarian dari tekanan sehari-hari, yang pada akhirnya berdampak pada emosi positif seperti kebahagiaan. Namun, karena kekuatan hubungan ini lemah, maka *parasocial relationship* bukan satu-satunya faktor yang memengaruhi kebahagiaan; masih terdapat variabel-variabel lain yang berperan lebih besar dalam membentuk kesejahteraan psikologis seseorang.

5. Indikator Pembentukan Utama

a. Indikator Parasocial Relationship

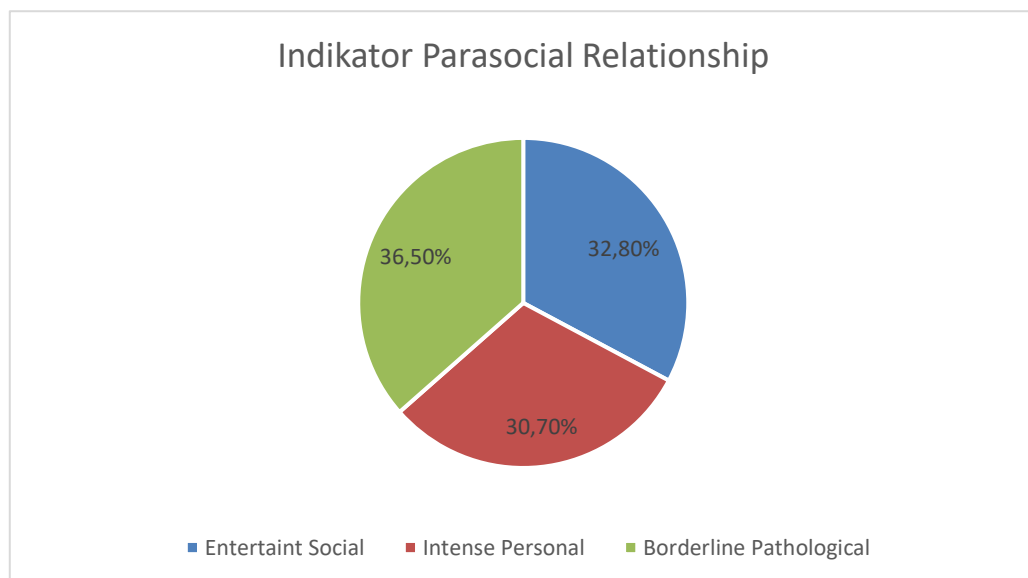
Pada variabel ini *parasocial relationship* terdapat 3 indikator yaitu *Entertainment Social*, *Intense Personal* dan *Borderline Pathological*. Untuk mengetahui nilai dari setiap indikator adalah membagi skor total setiap indikator dengan skor total variabel kemudian dikalikan 100%.

$$\text{Entertainment Social} \quad \frac{4134}{\quad} \times 100\% = 32,8\%$$

	<u>12595</u>	
<i>Intense Personal</i>	$\frac{3870}{12595} \times 100\% = 30,7\%$	
<i>Borderline Pathological</i>	$\frac{4591}{12595} \times 100\% = 36,5\%$	

Berdasarkan perhitungan diatas, indikator pembentukan yang paling dominan pada variabel *Parasocial Relationship* adalah *Borderline Pathological* dengan persentase sebesar 36,5%. Sedangkan indikator *Entertainment Social* dengan persentase sebesar 32,8%, *Intense Personal* dengan persentase sebesar 30,7%.

DIAGRAM 4.1 INDIKATOR *PARASOCIAL RELATIONSHIP*



Berdasarkan diagram 4.1 indikator pembentukan *Parasocial Relationship* paling dominan adalah indikator *Borderline Pathological* dengan persentase sebesar 36,5%.

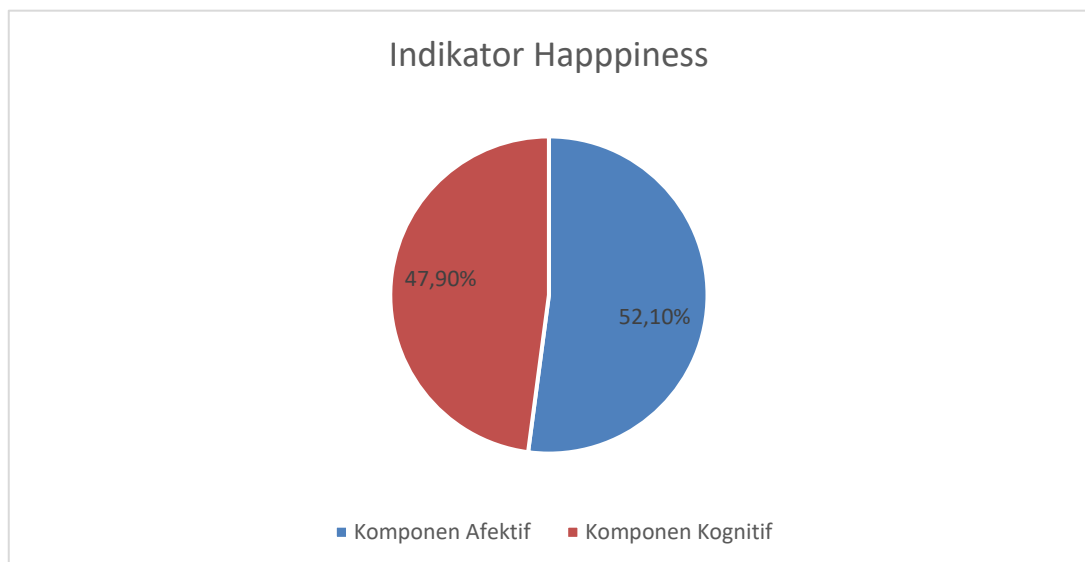
b. Indikator Pembentukan Happiness

Pada variabel Happiness terdapat 2 indikator yaitu komponen afektif dan komponen kognitif. Untuk mengetahui nilai dari setiap indikator adalah membagi skor total setiap indikator dengan skor total variabel kemudian dikalikan 100%.

Komponen Afektif	$\frac{6433}{12368} \times 100\% = 52,1\%$
Komponen Kognitif	$\frac{5935}{12368} \times 100\% = 47,9\%$

Berdasarkan perhitungan diatas, indikator pembentukan yang paling dominan pada variabel komponen afektif dengan persentase sebesar 52,1% dan komponen kognitif sebesar 47,9%.

DIAGRAM 4.2 INDIKATOR *HAPPINESS*



Berdasarkan diagram 4.2 pembentukan Happiness paling dominan adalah komponen afektif dengan persentase sebesar 52,1%.

B. Pembahasan

1. Tingkat *Parasocial Relationship* Fans NCT Dream Pengikut Akun Base @NCTDreamINA di Aplikasi X

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar penggemar NCT Dream yang mengikuti akun base @NCTDreamINA memiliki tingkat *parasocial relationship* pada kategori sedang, yaitu sebanyak 87% responden. Hanya 5% responden yang memiliki tingkat rendah dan 8% pada tingkat tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa penggemar membangun hubungan emosional yang cukup kuat dan intens dengan idola mereka, namun tidak sampai pada tingkat yang sangat tinggi atau patologis.

Dari tiga Aspek pembentuk *parasocial relationship*, aspek *Borderline Pathological* memiliki persentase tertinggi sebesar 36,5%, diikuti oleh *Entertainment Social* (32,8%) dan *Intense Personal* (30,7%). Ini menunjukkan bahwa keterikatan emosional penggemar cukup mendalam dan cenderung melewati batas hubungan sosial biasa, yang merupakan ciri khas hubungan parasosial yang intens.

Penelitian sebelumnya seperti yang dilakukan oleh Yolla juga menunjukkan bahwa interaksi intens antara selebritas dan penggemar di media sosial dapat memperkuat hubungan parasosial.⁷ Hal ini diperkuat oleh studi IAFOR (2024) yang menemukan bahwa komunikasi dan dukungan dalam *parasocial relationship* berkontribusi pada semangat hidup penggemar K-Pop, meskipun tidak semua

⁷ Yolla Castro Gucci, K. Y.S. Putri, & Vera Wijayanti Sutjipto. (2024). Analysis of Interpersonal Communication Patterns in K-POP Fans' Parasocial Interactions. *Journal of Media, Culture and Communication*, 4(02), 1–7. <https://doi.org/10.55529/jmcc.42.1.7>

bentuk parasocial love berdampak langsung.

Dalam perspektif Al-Qur'an, hubungan emosional yang mendalam ini dapat dikaitkan dengan konsep kasih sayang dan perhatian yang diajarkan dalam Islam. Sebagaimana dijelaskan Surat At-Taubah ayat 128:

لَقَدْ جَاءَكُمْ رَسُولٌ مِّنْ أَنْفُسِكُمْ عَزِيزٌ عَلَيْهِ مَا عَنِتُّمْ حَرِيصٌ عَلَيْكُمْ بِالْمُؤْمِنِينَ رَءُوفٌ رَّحِيمٌ

Artinya : *“Sungguh, telah datang kepadamu seorang rasul dari kaummu sendiri, berat terasa olehnya penderitaan yang kamu alami, (dia) sangat menginginkan (keimanan dan keselamatan) bagimu, penyantun dan penyayang terhadap orang-orang yang beriman.”*

Ayat di atas menggambarkan Rasulullah SAW sebagai sosok yang penuh kasih dan peduli kepada umatnya, yang menjadi teladan bagaimana cinta dan perhatian dapat membawa kedamaian dan kebahagiaan. Kasih sayang dan perhatian seperti ini menjadi contoh ideal bagaimana cinta dan hubungan emosional membawa kedamaian dan kebahagiaan.⁸ Dalam konteks psikologi modern, hubungan emosional ini sejalan dengan konsep parasocial relationship, yaitu hubungan satu arah yang intens antara individu dengan figur yang dikaguminya, meskipun tanpa interaksi langsung. Umat Islam yang tidak pernah hidup sezaman dengan Nabi tetap merasakan kedekatan emosional melalui kisah-kisah beliau, sehingga tercipta ikatan spiritual yang menenangkan dan membahagiakan. Namun, perlu disadari bahwa dalam membangun parasosial dengan figur publik, termasuk Nabi, harus diiringi dengan pemahaman yang rasional dan tidak berlebihan; sebab,

⁸ Syamsuddin, A. (2022). Kepemimpinan Profetik Nabi Muhammad dalam Perspektif Psikologi Islam. *Jurnal Psikologi Islam*, 9(1), 45–56. <https://doi.org/10.18860/jpi.v9i1.12345>

jika tidak dikontrol, hubungan parasosial yang terlalu intens dapat menimbulkan delusi atau ketergantungan emosional yang kurang sehat.

2. Tingkat *Happines* Fans NCT Dream Pengikut Akun Base @NCTDreamINA di Aplikasi X

Tingkat kebahagiaan penggemar NCT Dream mayoritas berada pada kategori sedang, yaitu 72%, dengan 10% pada tingkat tinggi dan 8% pada tingkat rendah. Rata-rata skor happiness cukup tinggi dengan nilai rata-rata 123,68 dari rentang skor 110 hingga 150.

Dari dua aspek pembentuk happiness, komponen afektif (perasaan positif dan emosi) lebih dominan dengan persentase 52,1% dibandingkan komponen kognitif (penilaian dan pemikiran) sebesar 47,9%. Hal ini menunjukkan bahwa kebahagiaan penggemar lebih banyak dipengaruhi oleh perasaan emosional yang mereka rasakan dalam hubungan dengan idola daripada sekadar penilaian rasional.

Penelitian terdahulu juga mengungkapkan bahwa emosi positif dan perasaan bahagia yang muncul dari hubungan parasosial dapat meningkatkan kesejahteraan psikologis penggemar. Kim menekankan bahwa kepuasan hidup penggemar meningkat ketika mereka merasakan kedekatan emosional dengan idola melalui media sosial.⁹

Dalam konteks ajaran Islam, kebahagiaan sejati adalah ketenangan hati dan jiwa yang aman. Sebagaimana Surat Al-Hud ayat 105:

⁹ Minseong Kim dan Jihye Kim, "How does a celebrity make fans happy? Interaction between celebrities and fans in the social media context," *Computers in Human Behavior* 111 (1 Oktober 2020): 106419, <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106419>.

يَوْمَ يَأْتِ لَا تَكَلَّمُ نَفْسٌ إِلَّا بِإِذْنِهِ فَمِنْهُمْ شَقِيٌّ وَسَعِيدٌ

“Di kala datang hari itu, tidak ada seorang pun yang berbicara, kecuali dengan izin-Nya; maka di antara mereka ada yang celaka dan ada yang berbahagia.”

Dari ayat di atas, kita diingatkan bahwa segala sesuatu di dunia ini bersifat sementara dan berubah-ubah, sehingga kebahagiaan yang hakiki hanya dapat diperoleh melalui ketenangan batin yang berlandaskan iman dan hubungan yang benar dengan Allah Swt. Dalam konteks psikologi modern, ini sejalan dengan konsep *eudaimonic well-being*, yaitu bentuk kebahagiaan yang muncul dari makna hidup dan hubungan spiritual yang mendalam, bukan sekadar kesenangan sesaat¹⁰. Sementara dalam dinamika media sosial, banyak individu mencari kedamaian melalui hubungan parasosial dengan figur publik atau tokoh agama, yang meskipun bersifat satu arah, dapat memberikan perasaan dimengerti dan didampingi. Namun, penting untuk disadari bahwa hubungan parasosial tidak boleh menggantikan hubungan nyata dengan Tuhan maupun manusia. Ketika seseorang terlalu mengandalkan hubungan semu untuk memenuhi kebutuhan emosional, hal itu berisiko menciptakan ilusi kebahagiaan yang tidak berakar pada spiritualitas sejati¹¹. Karena itu, keseimbangan antara hubungan emosional dan kesadaran spiritual sangat penting agar kebahagiaan yang dirasakan tidak hanya bersifat fana,

¹⁰ Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2001). On Happiness and Human Potentials: A Review of Research on Hedonic and Eudaimonic Well-Being. *Annual Review of Psychology*, 52, 141–166. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.52.1.141>

¹¹ Schmid, H. (2020). Illusions of Intimacy: Parasocial Interaction and the Moral Limits of Emotional Connection in the Digital Age. *Journal of Media Ethics*, 35(3), 151–163. <https://doi.org/10.1080/23736992.2020.1777854>

tetapi berdasar pada ketenangan batin yang kokoh.

3. Kontribusi *Parasocial Relationship* Fans NCT Dream terhadap *Happiness* pada Pengikut Akun Base @NCTDreamINA di Aplikasi X

Analisis regresi linier sederhana dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *parasocial relationship* memiliki kontribusi positif dan signifikan terhadap tingkat kebahagiaan penggemar. Koefisien determinasi (R^2) sebesar 14,7% mengindikasikan bahwa *parasocial relationship* menjelaskan 14,7% variasi dalam tingkat *happiness* penggemar, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

Koefisien regresi positif sebesar 0,181 mengindikasikan bahwa peningkatan satu unit dalam *parasocial relationship* akan meningkatkan tingkat *happiness* sebesar 0,181 unit. Uji korelasi juga menunjukkan hubungan positif lemah dengan nilai $r = 0,318$ dan signifikansi $p < 0,005$, sehingga hipotesis bahwa terdapat kontribusi *parasocial relationship* terhadap *happiness* diterima.

Penelitian terdahulu dari Fakultas Psikologi Universitas Indonesia (2022) menunjukkan bahwa *parasocial relationship* berkontribusi signifikan sebesar 3,4% terhadap kesejahteraan psikologis penggemar K-Pop remaja di Indonesia, dengan menggunakan Parasocial Interaction Scale dan EPOCH sebagai alat ukur. Hasil ini mendukung bahwa keterikatan emosional terhadap idola melalui media sosial dapat meningkatkan kesejahteraan dan kebahagiaan penggemar secara nyata.¹²

Selain itu, studi dari The Asian Conference on Psychology & the Behavioral Sciences (2024) menemukan bahwa komunikasi dan dukungan dalam *parasocial*

¹² Mutia Rahadanti. *Hubungan antara Kesepian dan Relasi Parasosial pada Remaja Penggemar K-pop di Indonesia Relationship between Loneliness and Parasocial Relationship in Adolescents K-pop Fans in Indonesia*. Skripsi Fakultas Psikologi Universitas Indonesia. 2022.

relationship secara langsung berpengaruh positif terhadap semangat hidup (*zest for life*) di kalangan penggemar K-Pop usia dewasa muda, meskipun bentuk parasocial love fisik dan emosional tidak berpengaruh signifikan. Studi ini menegaskan pentingnya aspek komunikasi dan dukungan dalam hubungan parasosial untuk meningkatkan kebahagiaan psikologis.

Dari perspektif spiritual, Surat Ar-Ra'd ayat 28 menegaskan bahwa ketenangan hati dan kebahagiaan sejati diperoleh melalui mengingat Allah:

الَّذِينَ آمَنُوا وَتَطْمَئِنُّ قُلُوبُهُمْ بِذِكْرِ اللَّهِ أَلَا بِذِكْرِ اللَّهِ تَطْمَئِنُّ الْقُلُوبُ^{١٣}

“Orang-orang yang beriman dan hati mereka menjadi tenteram dengan mengingat Allah. Ingatlah, hanya dengan mengingat Allah hati menjadi tenteram.”

Dari ayat di atas dijelaskan bahwa kedekatan emosional yang dirasakan penggemar melalui parasocial relationship, meskipun bersifat satu arah, dapat memberikan rasa nyaman dan ketenangan jiwa yang mendekati makna kebahagiaan spiritual. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa hubungan parasosial mampu memenuhi kebutuhan afeksi dan rasa memiliki, terutama ketika individu merasa terhubung secara emosional dengan figur media yang dianggap memberi inspirasi atau keteladanan¹³. Dalam konteks ini, kedekatan tersebut dapat berfungsi sebagai bentuk dukungan emosional yang menenangkan, selama tidak menggantikan relasi spiritual yang autentik dengan Tuhan maupun interaksi sosial

¹³ Schmid, H. (2020). Illusions of Intimacy: Parasocial Interaction and the Moral Limits of Emotional Connection in the Digital Age. *Journal of Media Ethics*, 35(3), 151–163. <https://doi.org/10.1080/23736992.2020.1777854>

yang nyata. Namun demikian, penting untuk menjaga agar hubungan ini tidak mengganggu keseimbangan hidup dan keyakinan spiritual penggemar, karena keterikatan yang berlebihan dalam hubungan parasosial dapat menimbulkan ketergantungan psikologis dan menjauhkan individu dari makna kebahagiaan yang sejati dan transenden.¹⁴

C. Keterbatasan Penelitian

Dalam menyelesaikan penelitian ini, peneliti sudah berusaha melaksanakan penelitian sesuai dengan procedural ilmiah yang ada, namun penelitian masin mempunyai keterbatasan, yaitu:

1. Sampel Terbatas pada Pengguna Akun Base X @NCTDreamINA. Penelitian ini hanya mengambil sampel dari pengikut akun base X @NCTDreamINA, sehingga hasilnya mungkin tidak sepenuhnya mewakili seluruh penggemar NCT Dream di Indonesia, apalagi penggemar dari platform media sosial lain seperti Instagram, TikTok, atau YouTube. Hal ini membatasi generalisasi temuan penelitian ke populasi penggemar yang lebih luas.
2. Fokus pada Variabel *parasocial relationship* dan Happiness Saja. Penelitian ini hanya mengkaji hubungan antara *parasocial relationship* dan happiness, tanpa mempertimbangkan variabel lain yang mungkin berpengaruh seperti dukungan sosial nyata, kondisi psikologis lain (misalnya stres atau kecemasan), atau faktor demografis yang lebih rinci. Oleh karena itu,

¹⁴ Giles, D. C. (2021). Parasocial Relationships and Emotional Well-being: A Review of Current Research. *Psychology of Popular Media*, 10(3), 330–341. <https://doi.org/10.1037/ppm0000272>

variabel lain yang berpotensi memengaruhi kebahagiaan penggemar belum dieksplorasi secara mendalam.

3. Sebaran data responden tidak merata baik dalam jumlah jenis kelamin, bias, usia dan berapa lama menjadi fans. Jadi peneliti menggambarkan sesuai dengan hasil analisis data yang di dapat di lapangan.