

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Musik bisa dikatakan salah satu cara yang paling umum untuk menunjukkan ekspresi diri di kalangan anak muda. Misalnya, orang yang memakai kaos dihiasi dengan nama-nama band favorit mereka, orang yang membunyikan musik mereka dengan keras sehingga orang lain dapat mendengar, atau orang yang menghiasi dinding kamar mereka dengan foto-foto selebritis favorit mereka. Semua contoh tersebut, tampak bahwa individu menggunakan musik untuk membuat identitas tentang siapa mereka, apa yang mereka inginkan, dan bagaimana pandangan orang lain terhadap mereka. Pada penelitian ini, orang menggunakan musik untuk mewakili keanggotaan mereka dalam kelompok sosial tertentu sehingga dapat membedakan diri mereka dari individu dalam kelompok lain. Preferensi musik mungkin mengkomunikasikan informasi tentang keunikan karakteristik psikologis seseorang. Sebuah badan pengembangan penelitian preferensi musik, menunjukkan bahwa orang lebih suka gaya musik yang dapat memperkuat dan mencerminkan aspek identitas dan kepribadian mereka (Rentfrow, dkk, 2009).

Menurut Wikipedia, *fans* adalah seseorang yang menggemari sesuatu dengan antusias, seperti grup musik, tim olahraga, buku, atau selebriti. Fans bergabung dan membentuk sebuah *fans club* sesuai dengan kelompok musik tertentu. Penggemar bergabung dengan *fans club* karena mereka menyukai selebriti (Steve, 2010). *Fans Club* berarti kelompok terorganisir dari pengagum

penyanyi pop tertentu atau bintang film. *Fans* senang menikmati hubungan dengan orang lain terutama tentang pengalaman saat mereka menjadi penggemar (*fans*) (Bennett, 2011). Penggemar (*fans*) merasakan sebuah daya tarik yang kuat bahwa mereka dipaksa untuk mengeksplorasi dan mengatur agar memaksimalkan kenikmatan yang dihasilkan dari sebuah musik (Benzecry, 2009). *Fans* juga memberikan kontribusi untuk menyebarkan berita tentang band yang mereka sukai (Baym & Burnett, 2009).

Para penggemar (*fans*) akan melakukan banyak hal untuk mendukung selebritis favoritnya. Misalnya saja penggemar (*fans*) dari Iwan Fals, mereka berteriak dan memaksa masuk ke dalam area pagelaran musik tanpa membeli tiket (Republika Online, 2012). Ada pula penggemar (*fans*) Iwan Fals yang tidak sabar untuk mendengarkan idola mereka bernyanyi, hingga membuat keributan dengan penggemar (*fans*) band Slank (Liputan6.com, 2005). Tidak hanya penggemar (*fans*) fanatik Iwan Fals yang membuat kerusuhan, tetapi juga ada penggemar (*fans*) fanatik Slank yang tidak mau membeli biaya tiket masuk dan mengancam akan merusak jika tidak diperbolehkan masuk tanpa tiket (Detik Hot, 2005). Hal ini menunjukkan bahwa penggemar (*fans*) akan terus mendukung idola favorit mereka, walaupun terkadang berbagai cara harus dilakukan.

Wawancara yang dilakukan oleh salah satu surat kabar, menyatakan bahwa ada sebagian remaja yang mengagumi selebritis favoritnya hingga berusaha untuk dapat bertemu bahkan berfoto bersama. Seperti Christa yang mengidolakan salah satu anggota JKT48, ia berusaha bertemu dengan selebritis favoritnya ketika sedang manggung (*show*) di Surabaya. Ada juga Decky yang mengagumi pemain

sepak bola Arjen Robben. Decky tidak hanya mengikuti semua pertandingan yang ditayangkan di media elektronik, ia bahkan berangkat ke Jakarta hanya untuk bertemu dengan idola. Menurut hasil survey yang dilakukan oleh surat kabar Jawapos, diperoleh prosentase 71% untuk remaja yang mengaku memiliki selebritis favorit (Jawapos, 2013).

Surat kabar Republika online menyatakan bahwa *fans* terkadang melakukan banyak hal untuk artis yang mereka idolakan. Seperti, aktor Park Shi Hoo diberikan sebuah hadiah mobil buatan Inggris, Jaguar dengan harga 150 juta won Korea dan perangkat *home theater* di rumahnya dengan harga 10 juta won Korea. Jessica SNSD pernah mendapat hadiah ulang tahun dari *fans* berupa kalung mutiara bersertifikat, kamera digital SLR, tas bermerek, hingga *keyboard*. Seungri Big Bang juga pernah mendapat hadiah 8 ribu USD atau sekitar Rp 80 juta. Leuteuk Super Junior pernah diberi *microphone* dari emas (Republika Online, 2013)

Penggemar (*fans*) fanatik terkadang menjadi hal yang sangat menakutkan bagi para selebritis, karena para penggemar (*fans*) tidak hanya mengikuti kemana saja idolanya pergi, tetapi para penggemar (*fans*) ini juga mencampuri urusan pribadi mereka. Hal ini tidak jarang membuat para selebritis merasa resah, stres dan mudah emosi. Seperti selebritis Korea TVSQ yang sering mendapat *sms* iseng dari penggemarnya (*fans*), hingga mendapat kiriman foto tentang kondisi kamar asrama mereka. Ada pula JYJ yang sering diberitakan menampar, memukul, menjambak, hingga mencaci maki penggemar (*fans*) mereka. Begitu pula band ternama Super Junior yang juga mengalami hal yang traumatis, mobil mereka

diikuti, mengalami kecelakaan, bahkan ditabrak dari belakang oleh puluhan penggemar (*fans*) mereka yang mengikuti mereka sejak dari bandara (Jawapos, 2012).

Sebuah penelitian nasional mempelajari lebih dalam kebiasaan anak-anak dan remaja terhadap media. Dengan mensurvei lebih dari 2.200 anak dan remaja dari usia 8 hingga 18 tahun, penelitian ini menegaskan bahwa remaja zaman sekarang dikelilingi oleh media. Rata-rata, remaja menghabiskan 6,5 jam sehari (44,5 jam seminggu) bersama media, hanya menghabiskan 2,25 jam sehari bersama orang tua, serta hanya 50 menit sehari untuk mengerjakan pekerjaan rumah. Walaupun tersedia beberapa teknologi baru, sebagian besar waktu yang dihabiskan oleh remaja adalah untuk menonton TV. Menonton TV sering kali memuncak pada remaja akhir sebagai respon terhadap persaingan media dan permintaan terhadap aktivitas sekolah dan sosial. Ketika intensitas menonton TV menurun, remaja yang lebih tua menghabiskan waktu untuk mendengarkan musik dan menggunakan komputer (Santrock, 2011).

Pada penelitian yang berjudul *Adolescent Girls' Parasocial Interactions With Media Figures* (Theran, dkk., 2010), sebagian besar gadis remaja yang disurvei terlibat dalam beberapa bentuk interaksi parasosial. Hal ini menunjukkan bahwa interaksi ini adalah normal dari perkembangan remaja. Secara umum, anak perempuan hanya melaporkan kedekatan ringan dan kekaguman dari tokoh-tokoh media, namun diprediksi lebih banyak keterlibatan dan intensitas emosional pada interaksi parasosial. Peran dengan frekuensi paling sering yaitu menganggap

selebritis sebagai tokoh media (42,7%), diikuti oleh sahabat (16,7%), model peran (12,5%), dan teman (11,5%).

Masa remaja adalah waktu evaluasi, pengambilan keputusan, komitmen, dan menempatkan diri di dunia. Hal yang dibutuhkan pada masa remaja adalah akses ke berbagai kesempatan yang ada dan untuk memperoleh dukungan jangka panjang dari orang dewasa yang sangat peduli tentang mereka (Santrock, 2004). Erikson (1959, 1968, dalam Stever, 2010) tentang teori psikososialnya, dimana setiap tahap kehidupan didorong oleh krisis. Krisis perkembangan merupakan masa transisi menuju tahap berikutnya. Transisi adalah kesempatan untuk mengevaluasi masa lalu dan berpikir tentang masa depan. Ada peningkatan konflik dalam hubungan orang tua-anak menyebabkan remaja awal menganggap orang tua mereka kurang mendukung (Nickerson & Nagle, 2004). Menurut Stever (2010), seorang remaja di tengah-tengah krisis identitas, mencari model untuk ditiru. Khusus untuk remaja yang tidak memiliki model di rumah, media menyediakan banyak selebriti yang cocok sebagai model peran.

Menurut teori perkembangan, mengidolakan seseorang adalah suatu cara yang biasanya dilakukan remaja dalam memenuhi tugas perkembangan remaja, yaitu mencari identitas atau jati diri. Dengan mengidolakan seseorang, biasanya terjadi proses *modelling* tokoh idola dalam perilaku remaja sehari-hari. Para remaja ini merasa sangat mengenal selebriti favoritnya, padahal belum tentu selebriti itu mengenal atau mengetahui keberadaan penggemarnya. Hubungan diatas dikenal dengan sebutan istilah parasosial (Biran & Prawasti, 2004).

Penelitian oleh Lawrence (2003, dalam Mackellar, 2009), mengatakan bahwa selebriti yang menjadi anggota jaringan parasosial, dapat menggantikan peran anggota jaringan sosial di kehidupan nyata yaitu masyarakat. Oleh karena itu dapat diasumsikan bahwa orang yang baru saja pindah ke lingkungan sosial yang baru dan tidak memiliki kontak sosial, akan lebih tertarik pada gosip tentang selebriti dibanding orang yang telah hidup dalam lingkungan sosial yang sama selama bertahun-tahun. Selebriti, sebagai anggota jaringan parasosial, dapat memberikan kepuasan persahabatan. Selain itu, selebriti juga dapat berfungsi sebagai pengganti kontak sosial di kehidupan nyata (De Backer, dkk., 2007).

Seorang selebriti dapat didefinisikan sebagai orang yang terkenal di salah satu dari berbagai bidang yang luas seperti ilmu pengetahuan, politik, atau hiburan. Remaja di seluruh dunia, tampaknya lebih memilih selebriti dalam arena hiburan, seperti penyanyi pop atau bintang film. Hal ini ditemukan pada beberapa penelitian yang mengatakan bahwa dukungan remaja terhadap selebritis favoritnya ditunjukkan dengan cara mengadopsi gaya berpakaian hingga pembelian produk yang menggunakan selebritis tertentu sebagai bintang iklannya. Sebagian besar keterlibatan remaja didukung oleh media massa, yang memberikan pengaruh yang kuat terhadap perilaku remaja. Oleh Karena itu, hubungan remaja dengan selebriti mirip dengan hubungan interpersonal yang sebenarnya, hubungan antara remaja dan selebriti memang dapat tumbuh meskipun interaksi antara mereka adalah perwakilan dan non-timbal balik. (Chia & Poo, 2009).

Setiap individu membutuhkan dan menginginkan kedekatan dan keintiman dengan orang lain, karena itu setiap individu pasti melakukan interaksi sosial untuk mendapatkan kedekatan dan keintiman tersebut, baik dengan keluarga, maupun teman. Remaja memilih tergabung dalam suatu kelompok dikarenakan mereka beranggapan keanggotaan suatu kelompok akan sangat menyenangkan, menarik dan memenuhi kebutuhan mereka atas hubungan dekat dan persahabatan. Menurut Erikson, remaja menunjukkan adanya keinginan untuk mendapatkan identitas yang berarti dengan cara bersikap jujur terhadap diri sendiri. Selama remaja, identitas lebih kuat ditandai dengan mencari keseimbangan antara kebutuhan untuk otonomi dan keterhubungan. Pembentukan identitas tidak selalu terjadi secara teratur, dan biasanya juga tidak terjadi secara tiba-tiba. Pembentukan tersebut dimulai dengan munculnya kelekatan (*attachment*) (Santrock, 2007).

Menurut Cole & Leets (1999) interaksi sosial dihasilkan dari persepsi pemirsa terhadap media sebagai interaksi yang sama dan nyata. Interaksi parasosial terbentuk untuk membendung dari keterlibatan interpersonal yang afektif dengan kepribadian media. Sebuah interaksi parasosial dengan sebuah media muncul untuk memberikan penghargaan yang tinggi dan menawarkan biaya rendah. Sementara Perse & Rubin (1989, dalam Cole & Leets, 1999) telah menunjukkan penerapan teori-teori yang membantu kita memahami sifat interaksi parasosial, mereka ingin memberikan kerja empiris dengan menyandingkan kerangka lain yang relasional, dalam hal ini adalah teori kelekatan (*attachment*).

Teori kelekatan (*attachment*) Bowlby (1973, 1982/1969, dalam Al-Yagon, 2012) menyoroti bahwa interaksi dengan orang lain memainkan peran dalam perkembangan kepribadian dan sosioemosional. Secara singkat, kelekatan (*attachment*) pada saat bayi mempengaruhi kelekatan (*attachment*) dengan orang lain untuk mendukung pada saat dibutuhkan. Proses ini dapat menimbulkan model kelekatan (*attachment*) stabil yang dinyatakan dalam hubungan interpersonal (misalnya, kepercayaan pada pengasuh) dan dalam hubungan intrapersonal (misalnya, kesejahteraan emosional, kesehatan mental).

Masa remaja adalah masa yang khas dalam siklus hidup, pada satu sisi perkembangan dan perubahan pada remaja berhubungan dengan sosok orang tua mereka yang memungkinkan mereka untuk membentuk identitas orang dewasa, tetapi di sisi lain, perubahan ini akan tergantung pada pengalaman hubungan kelekatan (*attachment*) remaja sebelumnya. Bahkan, selama masa remaja, kelompok sebaya (*peer group*) menjadi semakin penting dan ada tumpang tindih antara hubungan remaja dengan kelompok sebaya (*peer group*) dan hubungan remaja dengan orang tua (Pace, dkk., 2011). Menurut Bowlby, individu memilih dan menciptakan lingkungan sosial yang sesuai dengan model kerja mereka, sehingga meningkatkan kontinuitas dalam pola kelekatan (*attachment*) di seluruh siklus hidup. Feeney dan Noller (1990) menyimpulkan bahwa subjek yang tidak aman (*insecure*) cenderung negatif dan tidak pasti dalam interaksi sosial mereka, dibandingkan dengan subyek yang aman (*secure*) (Paula, 2001).

Berdasarkan penjelasan diatas, peneliti menemukan hal yang menarik untuk diteliti. Setiap individu membutuhkan serta menginginkan kedekatan (*closeness*)



dan keintiman (*intimacy*) dengan orang lain, sehingga individu pasti melakukan interaksi sosial untuk mendapatkan kedekatan (*closeness*) dan keintiman (*intimacy*) tersebut. Sedangkan masih banyak orang tua yang belum mengerti pentingnya kelekatan (*attachment*) yang dibangun pada masa bayi bagi perkembangan individu selanjutnya. Bagi individu yang tidak mendapatkan kedekatan (*closeness*) dan keintiman (*intimacy*) dari orang lain, akan mendapatkan kedekatan (*closeness*) dan keintiman (*intimacy*) dari perilaku parasosial yang ia bentuk terhadap selebriti favorit. Oleh karena itu, peneliti ingin mengetahui apakah kelekatan (*attachment*) remaja terhadap lingkungan sosial, berhubungan dengan perilaku parasosial remaja yang tergabung dalam kelompok penggemar (*fans club*). Hal inilah yang ingin dijawab oleh peneliti dalam penelitian ini.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Pada dasarnya setiap individu adalah makhluk sosial yang senantiasa melakukan interaksi dengan individu lain dalam lingkungan yang ditematinya. Keterlibatan individu dalam suatu hubungan sosial berlangsung sejak manusia lahir hingga dewasa. Keberadaan manusia sebagai makhluk sosial merupakan penyeimbang bagi proses interaksi sosial (Fernanda, dkk., 2012). Interaksi sosial menghasilkan banyak bentuk sosialisasi. Bisa berupa interaksi antar individu, interaksi individu dengan kelompok, dan interaksi antara kelompok. Sedangkan syarat terjadinya interaksi sosial adalah terjadi kontak sosial dan terjadi komunikasi.

Saat ini industri musik Indonesia sedang berkembang pesat. Musik bisa dibidang sebagai cara untuk menunjukkan ekspresi diri di kalangan remaja, dengan bantuan media massa para remaja bebas memilih sendiri jenis musik yang mereka suka. Hampir pada beberapa kasus, remaja menggunakan musik sebagai bentuk identitas diri mereka. Hal ini sebagai salah satu alasan remaja untuk memberikan informasi tentang siapa diri mereka kepada orang lain. Musik juga digunakan untuk mewakili keanggotaan mereka dalam suatu kelompok penggemar (*fans club*) tertentu sehingga dapat membedakan diri dengan kelompok lain. Penggemar (*fans*) merasakan daya tarik yang besar terhadap kenikmatan yang dihasilkan oleh musik. Remaja yang tergabung dalam suatu kelompok penggemar (*fans club*) akan sangat senang dapat memenuhi kebutuhan mereka atas hubungan dekat dan kebersamaan. Keterlibatan remaja pada hubungan sosial inilah yang membuat remaja dituntut untuk bisa menempatkan diri di masyarakat.

Manfaat *fans club* bagi penggemar beragam, termasuk menjaga citra selebritis, memberikan lingkungan sosial untuk para penggemar dalam berinteraksi, memberikan informasi mengenai selebritis terkait suatu peristiwa dan berbagi nilai serta keyakinan tentang selebritis favorit. Sebuah aspek lebih lanjut tentang penggemar (*fans*) adalah unsur fantasi, dimana para penggemar (*fans*) memasukkan pengalaman hedonis yaitu dengan menganggap kesenangan dan kenikmatan sebagai tujuan utama dalam hidup yang memungkinkan mereka untuk tenggelam dalam fantasi. Pada hasil observasi pada penelitian berjudul *Dabblers, fans and fanatics: Exploring behavioural segmentation at a special-interest event* telah menyatakan bahwa banyak penggemar (*fans*) menjadi fanatik teradap

selebritis favoritnya. Seperti dijelaskan oleh Taylor (1991), banyak penggemar (*fans*) (tidak semua) akan memerlukan konteks sosial untuk aktivitas mereka. Mereka bangga menampilkan barang-barang selebritis yang sulit didapatkan, sebagai dedikasi mereka kepada selebritis favoritnya (Mackellar , 2009).

Setiap individu membutuhkan serta menginginkan kedekatan (*closeness*) dan keintiman (*intimacy*) dengan orang lain. Oleh karena itu setiap individu pasti melakukan interaksi sosial untuk mendapatkan kedekatan (*closeness*) dan keintiman (*intimacy*) tersebut. Remaja memilih tergabung dalam suatu kelompok dikarenakan mereka beranggapan keanggotaan suatu kelompok akan sangat menyenangkan, menarik dan memenuhi kebutuhan mereka atas hubungan dekat dan persahabatan. Menurut Stever (2010), seorang remaja di tengah-tengah krisis identitas, mencari model untuk ditiru. Khusus untuk remaja yang tidak memiliki model di rumah, media menyediakan banyak selebriti yang cocok sebagai model peran. Mengidolakan seseorang adalah salah satu cara yang biasa dilakukan remaja untuk mencari identitas diri dan biasanya terjadi proses *modeling* terhadap tokoh idola. Sebagian besar keterlibatan remaja didukung oleh media massa, yang memberikan pengaruh kuat terhadap perilaku remaja. Hubungan remaja dengan selebritis mirip dengan hubungan interpersonal yang sebenarnya. Selebriti sebagai jaringan parasosial memberikan kepuasan persahabatan dan sebagai pengganti kontak sosial di kehidupan nyata. Oleh karena itu dengan adanya kelompok penggemar (*fans club*) dapat membantu remaja untuk mendapatkan akses interaksi antara penggemar (*fans*) dengan selebriti favorit.

Interaksi parasosial digunakan untuk menggambarkan hubungan satu sisi di mana salah satu pihak yang tahu banyak tentang yang lain, tetapi hubungan ini tidak timbal balik. Hubungan tersebut terjadi antara selebriti dan penggemar (*fans*) mereka dan telah menjadi semakin umum pada abad 20 bersamaan dengan semakin berkembangnya acara televisi. Televisi secara aktif telah mempromosikan hubungan parasosial. Peristiwa yang sebenarnya tidak layak untuk diberitakan, menjadi berita yang layak dipublikasikan ketika mereka telah menjadi selebriti. Kesempatan untuk membentuk hubungan parasosial mungkin menarik bagi mereka yang mengalami kesepian dan rasa malu (Ashe & McCutcheon, 2001).

Berdasar penelitian Biran & Prawasti (2004), diketahui bahwa perilaku parasosial erat kaitannya dengan keinginan seseorang akan keintiman (*intimacy*) dan kedekatan (*closeness*) dengan orang lain. Sedangkan keintiman (*intimacy*) dan kedekatan (*closeness*) ini merupakan bagian dari gaya kelekatan (*attachment*) seseorang. Individu yang aman (*secure*) akan mendapatkan keintiman dan kedekatan dengan orang lain, sedangkan individu yang tidak aman (*insecure*) akan lebih sulit mendapatkan keintiman (*intimacy*) dan kedekatan (*closeness*) itu dari orang lain, oleh karena itu individu yang tidak aman (*insecure*) akan mendapatkan keintiman (*intimacy*) dan kedekatan (*closeness*) dari perilaku parasosial yang ia bentuk terhadap selebriti favoritnya.

Beberapa penelitian menunjukkan anak dengan kelekatan aman (*secure attachment*) memiliki berbagai macam karakteristik positif yang tidak ditemukan pada anak kelekatan tidak aman (*insecure attachment*). Anak yang aman (*secure*)

menunjukkan lebih memiliki kompetensi sosial, seperti lebih kooperatif, patuh pada orang tua, dan memiliki hubungan yang baik dengan teman sebayanya. Sedangkan anak tidak aman (*insecure*) cenderung narsisistik dan secara sosial kurang kompeten (Retnaningsih, 2005).

Kelekatan (*attachment*) dengan orang tua pada masa remaja dapat membantu kompetensi sosial dan kesejahteraan sosial remaja, sebagaimana tercermin dalam ciri-ciri seperti harga diri, penyesuaian emosional, dan kesehatan fisik. Kelekatan (*attachment*) pada orang tua juga dapat dijadikan penahan guna menghadapi berbagai kecemasan dan kemungkinan perasaan tertekan atau ketegangan emosi serta kekecewaan maupun depresi yang berkaitan dengan transisi dari masa kanak-kanak menuju masa dewasa (Santrock, 2002).

Menurut Marris (1982, dalam Hazan & Shaver, 1994) sistem kelekatan (*attachment*) diperluas kepada orang lain dengan sifat dasar tetap konsisten, yaitu jika bayi mengembangkan kelekatan aman (*secure attachment*) dengan pengasuh utamanya, maka kemungkinan bahwa kelekatan aman (*secure attachment*) dengan orang lain akan mengikuti. Selain itu, individu biasanya memperluas pola kelekatan (*attachment*) yang dibangun pada masa kanak-kanak untuk hubungan di masa remaja dan dewasa.

Penelitian terbaru menunjukkan bahwa teori kelekatan (*attachment*) dapat diterapkan pada berbagai hubungan *non-intim*. Proses kelekatan (*attachment*) dalam konteks tersebut dapat memberikan wawasan tentang bagaimana hubungan relasional memberikan pengaruh yang kuat terhadap hubungan sosial. Ada kemungkinan bahwa individu yang memiliki kelekatan tidak aman (*insecure*

*attachment*) mencoba untuk memiliki banyak hubungan sosial dibandingkan dengan rekan-rekan mereka yang termasuk memiliki kelekatan aman (*secure attachment*) (Cole & Leets, 1999).

Kelekatan penggemar (*fans attachment*) pada selebritis favorit memainkan peran primer yaitu menggantikan hubungan individu dengan keluarga dan teman di kehidupan nyata mereka sehari-hari dan sekunder yakni menjalin hubungan dengan selebriti, dalam tahap perkembangan bahasa dan transisi antar tahap. Selebriti adalah model peran untuk remaja dan kelekatan (*attachment*) berkembang dalam banyak cara seperti hubungan langsung, misalnya melalui kedekatan dan keakraban dengan suara, wajah, dan gaya selebriti. Kelekatan penggemar (*fans attachment*) merupakan bagian dari perkembangan menuju masa dewasa di bidang identitas dan keintiman (*intimacy*). Aplikasi ini menunjukkan bahwa penggemar (*fans*) adalah orang-orang yang telah memilih hubungan dengan selebriti dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan psikososial. Hal ini akan muncul menjadi produk sampingan alami dari masyarakat dimana banyak informasi yang didapatkan tentang dunia selebritis, datang kepada kita melalui media massa, baik TV, film, atau internet (Stever, 2010).

Remaja cenderung untuk membentuk kelekatan (*attachment*) yang akrab kepada orang lain. Ketika orang lain tersebut adalah seorang selebriti, sulit untuk membuat perbedaan antara seseorang yang dikenal akrab dan seseorang yang dikenal melalui media (Restak, 1991, dalam Stever, 2010). Hipotesis Restak adalah bahwa ada bagian dari otak manusia yang tidak bisa membedakan antara sesuatu pengalaman dalam kehidupan nyata dan sesuatu yang dialami melalui

media. Diskusi terfokus pada pengalaman melalui media, tetapi konsep tersebut dapat diperluas untuk mencakup pengalaman sosial dengan selebriti. Para remaja harus berhenti "terobsesi" pada para selebriti dan fokus pada "orang-orang di kehidupan nyata" dalam kehidupan mereka. Hubungan penggemar (*fans*) dianggap obsesif dan disfungsional dan dilihat sebagai pengganti untuk hubungan dengan individu di kehidupan nyata. Namun kenyataannya, banyak individu terus membiarkan diri mereka "jatuh cinta" dengan individu yang mungkin tidak pernah mereka temui. Mereka melakukan hubungan cinta jarak jauh dan beberapa individu dapat menemukan kepuasan pengalaman tersebut.

Kedekatan (*closeness*) dan keintiman (*intimacy*) dengan orang lain merupakan bagian dari gaya kelekatan (*attachment*) seseorang. Individu yang aman (*secure*) akan mendapatkan kedekatan (*closeness*) dan keintiman (*intimacy*) dengan orang lain, sedangkan individu yang tidak aman (*insecure*) akan mendapatkan kedekatan (*closeness*) dan keintiman (*intimacy*) dari perilaku parasosial yang dibentuk terhadap selebritis favorit. Kelekatan penggemar (*fans attachment*) merupakan bagian dari perkembangan menuju masa dewasa di bidang identitas dan keintiman (*intimacy*). Hal ini menunjukkan bahwa penggemar (*fans*) adalah orang-orang yang telah memilih hubungan dengan selebriti dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan psikososial. Hal inilah yang dianggap peneliti sebagai suatu permasalahan untuk kemudian diteliti mengenai hubungan antara kelekatan (*attachment*) remaja terhadap lingkungan sosial dengan perilaku parasosial pada remaja yang tergabung dalam kelompok penggemar (*fans club*).

### 1.3 Batasan Masalah

Pembatasan masalah merupakan upaya untuk menetapkan batas-batas permasalahan dengan jelas sehingga memungkinkan kita untuk mengidentifikasi faktor mana saja yang termasuk dalam lingkup permasalahan. Berikut adalah batasan masalah penelitian dengan menjelaskan :

1. Tingkat kelekatan (*attachment*) remaja, seberapa besar kelekatan (*attachment*) yang dimiliki remaja.
2. Remaja yang berperilaku parasosial adalah remaja yang memiliki selebriti favorit dan merasa sangat mengenal selebriti favorit mereka hingga mengarah pada masalah pribadi selebriti.
3. Remaja yang tergabung dalam kelompok penggemar (*fans club*), yakni suatu perkumpulan resmi para pengagum selebriti tertentu
4. Remaja akhir yang berusia sekitar 16-20 tahun (Sarwono, 2011)

### 1.4 Rumusan Masalah

Berdasar uraian latar belakang yang telah disebutkan diatas, yaitu untuk mengetahui hubungan antara kelekatan (*attachment*) remaja terhadap lingkungan sosial dengan perilaku parasosial remaja yang tergabung dalam kelompok penggemar (*fans club*), maka masalah penelitian ini dapat dirumuskan dalam pertanyaan ilmiah sebagai berikut: “apakah ada hubungan antara kelekatan (*attachment*) remaja terhadap lingkungan sosial dengan perilaku parasosial pada remaja yang tergabung dalam kelompok penggemar (*fans club*)?”



## 1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara kelekatan (*attachment*) remaja terhadap lingkungan sosial dengan perilaku parasosial pada remaja yang tergabung dalam kelompok penggemar (*fans club*).

## 1.6 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, bagi kepentingan teoritis maupun kepentingan praktis.

### 1.6.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini digunakan untuk memberi pemahaman tentang kelekatan (*attachment*) remaja dengan perilaku parasosial pada remaja yang tergabung dalam kelompok penggemar (*fans club*). Penelitian ini juga diharapkan mampu menambah informasi yang berkaitan tentang kelekatan (*attachment*), dan parasosial.

### 1.6.2 Manfaat Praktis

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu remaja untuk dapat membangun hubungan kelekatan yang aman (*secure attachment*) dan dapat menjalin komunikasi yang hangat dengan orangtua.
2. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan masukan bagi remaja yang tergabung dalam kelompok penggemar (*fans club*) agar tidak melangkah jauh ke arah perilaku parasosial patologis.

3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perkembangan kelompok penggemar (*fans club*) dan selebritis untuk memajukan dunia musik.