

## HUBUNGAN POSITIF INTERAKSI PARASOSIAL PENGGEMAR BAND WHY DON'T WE TERHADAP PELAJAR

Ali Alamsyah Kusumadinata<sup>1\*)</sup> dan Sukmadara Arianti<sup>2)</sup>

<sup>1,2)</sup> Sains Komunikasi, FISIPKOM, Universitas Djuanda, Indonesia

[ali.alamsyah@unida.ac.id](mailto:ali.alamsyah@unida.ac.id)<sup>\*)</sup>

### Abstrak

Kemajuan teknologi dalam dunia hiburan dan perkembangan media sosial yang merupakan bentuk aplikasi sosialisasi primer. Para pelajar memiliki kesempatan untuk berkomunikasi langsung dengan penggemar tanpa batas waktu dan jarak. Salah satunya adalah Why Don't We ialah band asal Amerika Serikat. Kecanggihan teknologi memberikan informasi dunia hiburan berkomunikasi dengan penggemar dan menjalin hubungan lekat dengan publik figur. Interaksi parasosial sebuah hubungan satu arah dan ingin mengenal baik. Komunikasi di media sosial sebagai sarana kepopuleran dan menjadi kegiatan yang dilakukan seseorang kepada figur favoritnya, ada pandangan buruk dari parasosial ini. Adapun motivasi untuk mengontrol dari kecanduan media, termasuk dalam kegiatan belajar sehingga akan memberikan hasil belajar yang maksimal. Tujuan penelitian untuk melihat interaksi parasosial dengan motivasi belajar penggemar band Why Don't We memiliki hubungan positif dalam kegiatan belajar. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dan metode deskriptif korelasional. Hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) ialah 0.518% (58%) dari kedua variabel berkorelasi sedang. Hasil uji path coefficient sebesar 0.720 memiliki hubungan positif serta uji hipotesis bernilai 16.447 dari nilai t-statistic dan p-values ialah 0000 berarti hipotesis  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Disimpulkan bahwa interaksi parasosial memberikan motivasi belajar kepada penggemar band Why Don't We.

**Kata Kunci:** Interaksi Parasosial, Media Baru, Motivasi Belajar

### PENDAHULUAN

Terpaparnya pengetahuan dan hiburan terhadap teknologi komunikasi memberikan dampak terhadap perkembangan musik dan penggemarnya. Dunia hiburan telah mengalami pertumbuhan yang pesat. Acara hiburan yang ditampilkan di televisi sangat bervariasi. Dalam beberapa tahun terakhir, musik pop mendominasi di beberapa negara bagian barat seperti Amerika, Eropa, dan Jepang (Zahra, 2019).

Era sekarang, remaja lebih menyukai publik figur yang memiliki kemampuan bernyanyi, terutama band atau boyband. Menurut Sherman (Lyons et al., 2020), boyband merupakan sebuah band yang

terdiri dari anggota pria muda, biasanya memiliki landasan pop dan rock.

Why Don't We merupakan band yang berasal dari Amerika Serikat yang debut di tahun 2016. Band ini dinobatkan sebagai “Next Big Thing” Radio Disney tahun 2017 dan 2018 dan mencapai #1 di iTunes dan memimpin tour konser yang selalu terjual habis. Dari kepopuleran band tersebut diiringi dengan banyaknya penggemar di penjuru dunia, termasuk di Indonesia. Band ini memberi nama penggemar secara resmi yaitu Limelights yang berawal dengan hastag #WeAreLimelights dan terdapat pada lirik lagu ‘Taking You’. Band ini memperkenalkan Limelights pada

pertemuan di belakang panggung khusus untuk penggemar (Why Don't We, 2019).

Melihat dari penghargaan yang didapat oleh *band* tersebut, tak lepas dari dukungan dan kekompakan penggemar yang membentuk sebuah komunitas penggemar (*fandom*). Penggemar ialah seseorang yang menyukai sesuatu sangat bersemangat dan antusias yang bersama-sama membuat sebuah komunitas penggemar yang akan dijadikan sarana berkomunikasi sesama penggemar (Saifuddin & Masykur, 2014).

Diiringi pesatnya kemajuan teknologi informasi yang sekarang sangat canggih yang akan memudahkan untuk semua orang dalam memperoleh segala kebutuhan akan informasi, termasuk mengenai dunia hiburan. Seiring berjalannya waktu, konten-konten di dunia hiburan sangat beragam sehingga bisa membuat penggemarnya memperoleh informasi hingga kehidupan pribadi para publik figur tersebut, yang secara tidak disadari oleh para penggemar artis dalam membentuk sebuah hubungan yang lekat dengan tokoh idola (Saifuddin & Masykur, 2014).

Fenomena yang disebut dengan interaksi parasosial. (Mazillan, 2020a) mengemukakan fenomena interaksi parasosial menjadi suatu hubungan persahabatan atau hubungan dekat dengan karakter idola sesuai perasaan ikatan yang terjalin dari seseorang dan karakter idolanya. (Mazillan, 2020a) mengatakan bahwa hubungan tersebut merupakan sebuah ilusi yang timbul dalam media. Namun, seiring perkembangannya media baru (*new media*) dan sosial media sehingga hubungan antara publik figur dengan penggemarnya menjadi lebih intim (Perbawani & Nuralin, 2021).

Berdasarkan interaksi parasosial di media sosial, publik figur pun mempunyai daya tarik yang bisa menimbulkan ketertarikan seseorang terhadap publik figur yang disukainya. Interaksi parasosial yang terjadi di sosial media terjadi karena satu arah, hal tersebut dikatakan sebagai komunikasi interpersonal yang dimana hal terjadi karena seseorang melihat fenomena atau kejadian yang sangat berarti di sosial media dan sehingga mempersepsikannya sendiri (Rahmiana, 2019).

Fenomena tersebut dimanfaatkan oleh para publik figur sebagai sarana untuk kepopuleran mereka. David Marcus mengemukakan bahwa membentuk sebuah komunitas penggemar yang berpartisipasi aktif dan mempunyai rasa ingin tahu terhadap kegiatan publik figur tersebut. Melalui perspektif penggemar, media sosial memungkinkan penggemar bertujuan untuk lebih mengenal lebih dalam publik figur favoritnya melalui semua informasi yang dibagikan melalui media sosial (Yuni, 2017).

Twitter dijadikan sebagai tempat dalam berkomunikasi, media sosial ini menjadi salah satu tempat untuk mencari dan menemukan sebuah kedekatan figur favorit. Dilihat dari foto, konten hingga tulisan, figur ini menjadi sebuah ketertarikan penggemar terhadap mereka. Daya tarik yang dimiliki oleh publik figur memiliki pengaruh yang besar sehingga memiliki rasa tertarik bagi penggemar. Dengan adanya kemudahan dalam membalas unggahan dari figur tersebut pada fitur komentar sehingga penggemar bisa mencurahkan perasaan mereka. Figur tersebut biasanya memperbarui kegiatan terbaru mereka, mengenai dunia keartisan ataupun

kehidupan pribadi, dan hal inilah yang menjadi sebuah kedekatan yang sangat intim bagi para pengikut mereka di media sosial (Sagita & Kadewardana, 2017).

Adapun motivasi yang dibutuhkan dalam mengatur diri dari kecanduan media. Motif yang sangat kuat ialah motif sebagai pemicu utama tingkah laku seseorang. Di dalam kegiatan belajar diperlukan motivasi untuk mendukung belajar siswa sehingga akan memberikan hasil belajar yang maksimal. Belajar dapat membawa perubahan sikap, perilaku yang terjadi sebagai hasil usaha belajar (Ichsan et al., 2021).

Pada zaman ini, masyarakat memiliki pendapat yang sangat berbeda mengenai pengguna media dan tampaknya memiliki kekhawatiran bahwa pemirsa media terlalu terobsesi dengan tokoh media. Karena itu, adapun orang yang berkeinginan dalam belajar, dalam akademik maupun mempelajari bahasa asing (Mazillan, 2020b).

Jika dilihat pengaruh antara interaksi parasosial dengan motivasi belajar dalam bidang akademik, perubahannya adalah mereka menjadi lebih rajin dalam belajar, memiliki motivasi dalam hidupnya, mereka pun sering mengalami peningkatan nilai dan mendapat motivasi dari lingkungan sekitarnya dalam belajar. Mereka beranggapan bahwa dengan mendapatkan motivasi dalam belajar, karena diberikan semangat oleh idolanya yang diberikan lewat sebuah lagu, *tweet* hingga melakukan *live stream* di sosial media mereka. interaksi parasosial yang dibangun oleh mereka untuk menaikkan motivasi belajar mereka, adapun yang berpendapat bahwa melakukan

interaksi parasosial malah menurunkan semangat belajar, karena dianggap hubungan parasosial tersebut sebagai pelarian dari kegiatan di bidang akademik bahkan ada yang kecanduan karena lebih lama menghabiskan waktu dengan idolanya di sosial media. Berdasarkan fenomena di atas, peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam terkait hubungan interaksi parasosial melalui *media sosial khususnya twitter* dengan motivasi belajar bagi penggemar *band Why Don't We* di kalangan pelajar.

## METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survey. Penelitian ini untuk menjawab hipotesis yang dibangun bahwa terdapat hubungan yang positif antara parasosial interaksi dengan motivasi pelajar. Penelitian ini dilakukan di Kota Bogor dan dianalisa menggunakan korelasional (Siyoto & Sodik., 2015).

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada responden, wawancara dan observasi. Teknik analisis data yang dipakai ialah uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) dan *path coefficient* untuk menjawab hipotesis dan pengambilan kesimpulan. Analisis data menggunakan Pls 3.2.9 untuk memudahkan melihat hubungan masing-masing peubah.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Interaksi Parasosial

Interaksi parasosial yang dihasilkan dalam temuan penelitian ini adalah 3,47 yang berada pada kategori sedang. Nilai tertinggi pada interaksi parasosial adalah 4,06 yang berada pada indikator *task attraction* yang termasuk ke dalam kategori sedang. Bisa

dinyatakan bahwa kesukaan pelajar merupakan masih batas yang wajar dalam menyukai band luar negeri dan hanya penasaran, mencari tahu mereka di media dengan melihat atau menonton secara terus menerus disertai dengan melakukan interaksi dengan mereka. Sehingga menimbulkan ketertarikan dengan musik dan membuat mereka menjadi terhibur oleh *band* tersebut.

Interaksi parasosial berdasarkan bentuknya pada penggemar *band* Why Don't We bahwa penggemar *band* Why Don't We setuju atas hasil yang diperoleh sebesar 4,06. Maka selanjutnya untuk interaksi parasosial yang dilakukan ialah *identification attraction* yang memiliki nilai mean sebesar 3,24 termasuk kedalam kategori tidak setuju sehingga bisa disimpulkan jika penggemar *band* Why Don't We tidak terlalu mengidentifikasi semua hal yang dilakukan oleh *band* Why Don't We dan *romantic attraction* yaitu sebesar 3,12 yang termasuk kedalam kategori kurang setuju juga sehingga hal ini disimpulkan apabila interaksi parasosial dengan *romantic attraction* para penggemar tidak setuju karena hal tersebut merupakan sebuah hal yang berlebihan. Oleh karena itu bahwa interaksi parasosial yang terjadi menunjukkan adanya aktivitas kesenangan yang masih bisa ditolerir dan bisa diterima dalam ranah etika bermasyarakat.

### **Motivasi Belajar**

Hasil tertinggi dari rekapitulasi dari motivasi belajar ialah sebesar 3,76 yang berada pada kategori baik (B). Pada indikator harapan yaitu sebesar 4,12 yang termasuk pada kategori baik atau setuju yang merupakan nilai tertinggi dan dari empat indikator peubah motivasi belajar yang

semua indikatornya berada pada kategori baik, namun indikator lingkungan belajar dengan nilai terendah yaitu 3,45 namun tetap berada pada kategori baik.

Motivasi belajar para penggemar setuju apabila semua indikator pada peubah saling memberikan pengaruh kepada penggemar *band* Why Don't We yang sangat inisiatif dalam melakukan proses belajar. Alasan ini disebabkan oleh motivasi belajar bisa datang darimana saja, termasuk dari diri sendiri walaupun sebenarnya faktor eksternal juga sangat berpengaruh. Akan tetapi semua hal dalam proses akademik semua berjalan dengan baik tanpa adanya pengaruh eksternal sehingga proses belajar yang diiringi dengan interaksi parasosial tidak akan mengganggu aktifitas belajar penggemar *band* Why Don't We dan akibat dari interaksi parasosial yang dilakukan sehingga bisa memiliki keinginan, harapan, cita-cita hingga penghargaan yang ingin dicapai oleh seorang pelajar.

### **Hubungan Antara Interaksi Parasosial Dengan Motivasi Belajar**

Penelitian ini menggunakan Pls 3.2.9 untuk menentukan pengaruh terhadap masing-masing peubah yang menjelaskan pengaruh antara peubah sebab dan akibat. Hasil analisis memiliki pengaruh yang positif terhadap motivasi pelajar sehingga kesukaan terhadap suatu band tidak memberikan dampak yang buruk namun berkebalikan dengan kemampuan pelajar yang termotivasi untuk terus menggali informasi sehingga berdampak pada keterampilannya dalam menggali dan menggali kebiasaan yang harus diperoleh dari band tersebut. Adapun hubungan antara interaksi parasosial dan motivasi pelajar pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil uji hubungan antara interaksi parasosial dan motivasi pelajar

Variabel	Original Sample	T-statistic	P-Values	R <sup>2</sup>
Interaksi Parasosial → Motivasi Belajar	0.720	16.447	0000	0,518

Sumber : Data olahan

Hasil R<sup>2</sup> yang dihasilkan 52% menunjukkan pengaruh yang besar terhadap motivasi belajar terjadi peningkatan. Artinya dampak bang tersebut mengandung nilai positif sebesar 52% dan 48% terdapat kemungkinan memiliki ekses negatif terhadap hubungan interkasional parasosial. Sejauh ini pengaruh tersebut memiliki hubungan yang positif untuk menggerakkan pelajar mengikuti pembelajaran di sekolah. Hal ini menunjukkan adanya multitalenta pada anak-anak dalam menyukai dan mendengarkan sesuatu mampu meningkatkan hasil belajar. Dari data tersebut dapat disimpulkan dari hipotesis yang dibangun adalah terdapat pengaruh positif dan signifikan bahwa interkasi parasosial memberikan dampak kepada pelajar itu sendiri dengan membangun kesenangan dan hobi dalam belajar melalui lagu.

Interaksi parasosial apabila sering dilakukan akan berdampak pada kondisi psikologis, interaksi parasosial apabila tidak dikontrol oleh diri sendiri maka akan membahayakan dan mendapatkan dampak negatif, karena sering jika seseorang mengalami penurunan kondisi psikologis, ketergantungan individu hingga berujung fanatisme, obsesi untuk menyakiti diri sendiri. Apabila parasosial ini bisa disikapi dengan bijak, maka seseorang yang

diidolakan akan menjadi sebuah motivator, penyemangat dan sebagai refleksi diri.

Motivasi sangat diperlukan dan bisa menjadi faktor penyebab seseorang bertingkah laku. Kegiatan belajar membutuhkan motivasi untuk membangun semangat belajar siswa. Motivasi memberikan dampak terhadap pencapaian dan akan berdampak pada perubahan pada diri pelajar seperti perubahan keterampilan, pengetahuan, sikap sebagai hasil aktifitas belajar. Terdapat faktor yang bisa membuat perubahan pada hasil belajar akibat motivasi ini yaitu motivasi internal dan eksternal yang saling berhubungan (Ichsan et al., 2021).

Dapat disimpulkan bahwa penggemar *band Why Don't We* setelah melakukan interaksi parasosial memiliki dampak yang signifikan terhadap kegiatan akademik, mereka menjadikan *Why Don't We* sebagai motivator dalam membangun semangat dalam melakukan proses belajar. Temuan dalam penelitian (Tsiotsou, 2015) bahwa loyalitas dan minat dari jaringan sosial memiliki hubungan yang erat dalam (Chen et al., 2022) Dengan meningkatnya kemampuan pelajar dalam akademis maka interaksi parasosial lebih terjalin dengan intensif menjadikan kelompok menjadi erat dan saling memiliki hubungan yang spesial.

## Pembahasan

Interaksi parasosial merupakan salah satu jenis interaksi primer yang terjalin antara preferensi rujukan dari seseorang. Setiap orang memiliki parasosial dalam memandang kehidupannya. Terlebih dengan hadirnya media sosial. Pengguna media sosial lebih besar bermain media sosial nyaris 24 jam dalam kehidupannya. Pelajar adalah satu sosok yang memiliki kebiasaan komunikasi yang sering dilakukan di media sosial. Hal ini media sosial tidak hanya sebagai bagian dari media pembelajaran namun juga media penghilang kejenuhan dan interaksi dengan idola.

Interaksi parasosial memberikan dampak buruk bagi kalangan tertentu yang mampu membuat penggemarnya berlebihan dalam menyenangi idola. Hal ini memberikan perjalanan interaksi seseorang terhadap proses sosial yang dijalaninya (Ichsan et al., 2021). Satu sisi interaksi parasosial juga merupakan sebagai bagian dari ajang bisnis dari para idola untuk dapat meraup ekonomi sebanyak mungkin dari penggemar yang loyal. Hal ini akan menciptakan produk dan brand yang mengidentifikasikannya (Chen et al., 2022).

Interaksi parasosial menggunkan ranah afeksi dan kognitif dalam menggemari dari suatu objek. Hasil penelitian ini parasosial yang terjadi masih dalam batas normal belum masuk dalam ranah konatif yang memberikan dampak negatif. Parasosial dalam interaksi merupakan cara penggemar yang senang dengan idola dan membangun hubungan dengan berbagai media sehingga mampu berkomunikasi dengan baik dengan penggemar tersebut. Tidak harus sebuah klub ataupun orang yang terkenal akan tetapi hal yang membuat ia fokus dan menyenangnya dapat dikategorikan dengan parasosial.

Band Why Dont We adalah salah satu band anak muda yang terdiri dari 5 orang yang digandrungi oleh anak-anak remaja di Indonesia. Selain remaja tersebut atraktif dalam bernyanyi namun juga memberikan bahasa-bahasa yang melankolis menceritakan kehidupan mereka di Amerika. Band ini dibentuk tahun 2016. WDW disingkat dari band ini, yang memiliki segenap penghargaan dari berbagai nominasi *award*. Hal ini tidak aneh anak muda, khususnya remaja memiliki kesenangan yang cukup serius untuk menggemarnya.

Terdapat hal yang positif dari interaksi parasosial yang terdapat pada anak remaja (1) memiliki ruang belajar yang cukup untuk menyalurkan hobi dan keterampilannya, (2) memberikan kekuatan pada pelajar untuk berani mengutarakan kebiasaan yang dimiliki, (3) memberikan motivasi untuk lebih giat agar dapat berhasil sesuai dengan proses yang dijalani idola tersebut, (4) membangun relasi bisnis yang mampu memberikan keuntungan bagi penggemar namun juga bagi idola itu sendiri, (5) membangun kemampuan berbahasa secara budaya yang berbeda dan mampu menghargai karya orang lain.

(Tsiotsou, 2015) membangun budaya loyal dan mebnentuk jejak yang baik akan memberikan motivasi yang tinggi terhadap penggemar sehingga hal ini juga berdampak pada kehidupan penggemar untuk melakukan hal yang terbaik buatnya. Peasan dari WBW dan penggemar dalam bahasa lain adalah fans yaitu interaksi parasosial memberikan dampak positif untuk membangun diri pelajar dengan positif dan menjadikannya loncatan untuk bisa meraih yang sama.

## SIMPULAN

Hubungan interaksi parasosial *band Why Don't We* dengan motivasi belajar menghasilkan nilai positif terhadap interaksi pelajar. Nilai motivasi untuk terus belajar dan menggali informasi memberikan pengaruh besar terhadap keberhasilan, kebutuhan, harapan, penghargaan dan

lingkungan sehingga motivasi belajar datang dari dalam diri pribadi adapun dampak lainnya adalah motivasi secara eksternal sebagai pendukung belajar, pelajar memperoleh keterampilan baru dan pengetahuan baru terhadap teknologi dan budaya.

## DAFTAR PUSTAKA

Chen, Y., Tingchi Liu, M., Liu, Y., Chang, A. W. yu, & Yen, J. (2022). The influence of trust and relationship commitment to vloggers on viewers' purchase intention. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 34(2), 249–267. <https://doi.org/10.1108/APJML-08-2020-0626>

Ichsan, M., I, N., Anisa, N., Syah, N. M., Risqul, M., Azisah, A., & Hidayat, T. (2021). Pengaruh Tayangan K-Drama (Korean Drama) terhadap Motivasi Belajar. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 3(6), 4439–4447.

Lyons, A., Coleman, R., & Lewis, H. (2020). One Direction Infection: Media Representations of Boy Bands and their Fans. *Doctoral Dissertation*, 9–10.

Mazillan, S. A. (2020a). The Relationship Between Types Of Parasocials Relationship. *Jurnal Studi Management Islam*, 3, 51–58.

Mazillan, S. A. (2020b). The Relationship Between Types Of Parasocials Relationship. *Jurnal Studi Management Islam*, 3, 51–58.

Perbawani, P. S., & Nuralin, A. J. (2021). Hubungan Parasosial dan Perilaku

Loyalitas Fans dalam Fandom KPop di Indonesia. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(1), 42–54. <https://doi.org/10.30656/lontar.v9i1.3056>

Rahmiana. (2019). Komunikasi Intrapersonal Dalam Komunikasi Islam. *Jurnal Peurawi*, 2(1), 77–90.

Sabila Zahra. (2019). Penggemar Budaya K-Pop (Studi Mengenai Ideologi Penggemar Budaya K-Pop Pada Fandom iKONIC di Kota Surabaya. *Doctoral Dissertation*, 2, 2.

Sagita, A., & Kadewardana, D. (2017). Hubungan Parasosial di Media Sosial: Studi Pada Fandom Army di Twitter. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 8(1), 45–58.

Saifuddin, D., & Masykur, A. (2014). Interaksi Parasosial. *Empati*, 3(4), 143–152.

Siyoto, S., D., & Sodik., M. A. (2015). Dasar Metodologi Penelitian. *Dasar Metodologi Penelitian*, 1–109.

Tsiotsou, R. H. (2015). The role of social and parasocial relationships on social networking sites loyalty. *Computers in Human Behavior*, 48, 401–414.

- <https://doi.org/10.1016/J.CHB.2015.01.064>
- Why Don't We. (2019). *Why Don't We In The Limelight* (1st ed.). HarpersCollins Publishers Inc.
- Yuni, C. (2017). *Hubungan Parasosial Di Era New Media (Studi Korelasional Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Berkembangnya Hubungan Parasosial di Kalangan Remaja Putri di SMAS Sutomo I Medan)*. 3(1), 1–10.
- Zahra, S. (2019). *PENGGEMAR BUDAYA K-POP(Studi Mengenai Idelologi Penggemar Budaya K-pop Pada Fandom iKONIC di Kota Surabaya)*. Skripsi . Universitas Airlangga