

INTERPRETASI SKOR NORMA *PARASOCIAL RELATIONSHIP IN SOCIAL MEDIA SURVEY* (PRISM *SURVEY*) DALAM BAHASA INDONESIA

Bryan Hamdoyo¹, Muhammad Firliansyah Maliki², Rio Manuel Setia³, Rita Markus Idulfilastri⁴

Fakultas Psikologi, Universitas Tarumanagara^{1,2,3,4}
e-mail: bryan.705220068@stu.untar.ac.id

ABSTRAK

Di era digital hubungan antara penggemar dan tokoh figur di media sosial menjadi semakin mudah berinteraksi. Walaupun penggemar hanya kenal di dunia maya melalui media sosial dengan tokoh figurnya, namun kenyataannya keterlibatan emosional penggemar dapat mengarah pada interaksi negatif. Kondisi ini dapat dideteksi melalui alat ukur *Parasocial Relationship in Social Media Survey* (PRISM *Survey*) dengan 4 dimensi yaitu ketertarikan, pengetahuan, identifikasi dan interaksi. Hubungan parasosial (*parasocial relationship*) didefinisikan hubungan penggemar dengan tokoh figur di media sosial. Setelah dilakukan penelusuran terhadap alat ukur PRISM *Survey* ternyata belum ditemukan skor norma sehingga menyulitkan penggunaan praktis. Atas alasan ini, tujuan penelitian menyusun dan interpretasi skor norma PRISM *Survey* berbahasa Indonesia. Sampel penelitian dengan jumlah 209 orang, berusia 18 sampai dengan 24 tahun, dan 80% jenis kelamin perempuan. Metode pengolahan data menggunakan z score, ditransformasi menjadi T score dengan *mean* 50 dan SD=10 dan menggunakan persentil tertilit untuk 3 kategori rendah, sedang dan tinggi. Hasil penelitian memperlihatkan kategori rendah (hanya memperhatikan tokoh figur di media sosial) pada skor mentah 22 sampai dengan 68 dikonversi menjadi skor norma 14 sampai dengan 46; kategori sedang (lebih memperhatikan dengan tokoh figur) pada skor mentah 69 sampai dengan 77 dikonversi menjadi skor norma 47 sampai dengan 53; dan kategori tinggi (sangat terlibat secara emosional terhadap tokoh figur) pada skor mentah 78 sampai dengan 110 dikonversi menjadi skor norma 54 sampai dengan 76. Dengan demikian, skor norma PRISM *Survey* dapat dipakai untuk usia 18 sd 24 than, khususnya pada perempuan.

Kata Kunci: *Parasocial Relationship, Kategorisasi Tertilit, Skor Norma, PRISM Survey.*

ABSTRACT

In the digital era, the relationship between fans and figures on social media has become easier to interact. Although fans only know in cyberspace through social media with their figures, in reality the emotional involvement of fans can lead to negative interactions. This condition can be detected through the *Parasocial Relationship in Social Media Survey* (PRISM *Survey*) measuring instrument with 4 dimensions, namely attraction, knowledge, identification and interaction.. Parasocial relationships are defined as the relationship between fans and figures on social media. After a search of the PRISM *Survey* measuring instrument, it was found that there was no norm score, making it difficult for practical use. For this reason, the research objective was to develop and interpret norm scores for the PRISM *Survey* in Indonesian. The research sample was 209 people, aged 18 to 24 years, and 80% female. The data processing method used z score, transformed into T score with mean 50 and SD=10 and used percentile tertiles for 3 categories of low, medium and high. The results showed that the low category (only paying attention to figures on social media) at raw scores of 22 to 68 was converted into norm scores of 14 to 46; the medium category (paying more attention to figures) at raw scores of 69 to 77 was converted into norm scores of 47 to 53; and the high category (very emotionally involved

with figures) at raw scores of 78 to 110 was converted into norm scores of 54 to 76. Thus, the PRISM Survey norm scores can be used for ages 18 to 24, especially in females.

Keywords: *Parasocial Relationship, Tertile Categorization, Norm Score, The PRISM Survey*

PENDAHULUAN

Di era digital, interaksi antara manusia dengan media menjadi semakin mudah, cepat sehingga banyak diminati. Media hiburan dan penyebaran informasi telah berpindah dari televisi dan radio menjadi berbagai *platform* media sosial seperti Youtube, TikTok, Instagram, dan Twitch. *Platform* media sosial ini yang awalnya berperan sebagai media hiburan, telah menjadi ruang bagi penonton atau penggemar untuk membangun ikatan emosional satu arah dengan tokoh figur. Tokoh figur-figur di media sosial ini memiliki keragaman, tidak hanya selebriti, penyanyi atau aktor, namun juga konten kreator (*content creator*), *Virtual Youtuber/Vtuber*, dan *influencer*. Fenomena ini dikenal dengan *parasocial relationship* atau hubungan parasosial.

Konsep interaksi parasosial menjelaskan bagaimana penonton atau penggemar dapat merasakan kedekatan emosional dengan figur publik meskipun tidak ada interaksi timbal balik secara langsung (Alisya, Nurhayati, & Boer, 2023). Sebagian orang menganggap hubungan antara diri mereka dengan figur media ini semata hiburan atau inspirasi positif (Almaida et al., 2021). Dan sebagian lagi, memunculkan kecenderungan perilaku-perilaku negatif, misalnya terjadi *cyberbullying*, terobsesi, penguntitan, dan konsumerisme berlebihan terhadap figur tersebut (Khairi et al, 2024).

Penggemar musik *Korean Pop* atau singkatnya K-POP memberikan kesan buruk karena bersikap fanatisme (Hanifa, 2022). Sikap fanatisme yang berakar dari rasa suka berlebihan ini menghasilkan perilaku obsesif terhadap idolanya sebagai tokoh figur di media sosial, melakukan pembelian yang terkait dengan idolanya (tiket konser dan *merchandise*), agresif terhadap orang yang tidak sependangan mengenai idolanya, dan kecenderungan untuk mengimitasi gaya hidup dan berpakaian sesuai dengan idolanya (Cahyani & Purnamasari, 2019; Hanifa, 2022). Sebaliknya, penggemar juga melakukan *cyberbullying* dalam bentuk kritikan atau ketidaksukaan bahkan hujatan terhadap tokoh (Rashid, 2022).

Keterlibatan emosional penggemar berlebihan terhadap tokoh figur dapat merusak kehidupan sosial, contohnya mencari segala jejak kehidupan maya dari tokoh figur, mengolah pikiran dengan pernyataan-pernyataan kebencian (Rashid, 2022). Di Indonesia, lembaga *ChildFund* melakukan studi mengenai penggemar musik K-POP dengan 1,610 responden dari kalangan pelajar dan mahasiswa berusia 13-24 tahun asal provinsi DKI Jakarta, Jawa Tengah, Lampung, dan Nusa Tenggara Timur (NTT) (CNN Indonesia, 2023). Hasil survei mengungkapkan bahwa para penggemar K-POP memiliki kecenderungan untuk melakukan *cyberbullying* sebanyak 55%. Selain itu, penggemar K-POP memiliki risiko lebih tinggi menjadi korban *cyberbullying* daring sebanyak 67% dibandingkan penggemar non-K-POP (CNN Indonesia, 2023). Provinsi NTT telah menjadi provinsi dengan tingkat *cyberbullying* daring tertinggi sebanyak 59% dibandingkan provinsi-provinsi lainnya (CNN Indonesia, 2023). Hanifa (2022) mengingatkan bahwa sikap fanatisme penggemar K-POP merupakan pemicu awal dari tindakan-tindakan kekerasan siber yang muncul. Dengan adanya penelitian skor norma *Parasocial Relationship in Social Media Survey* (PRISM) dalam Bahasa Indonesia diharapkan menjadi deteksi awal terjadinya hubungan berlebihan terhadap tokoh figur dapat dicegah.

Untuk mengetahui tingkat hubungan parasosial yang dialami individu dengan berinteraksi mengkonsumsi konten tokoh figur di media sosial, Boyd et. al. (2022) menciptakan

alat ukur *Parasocial Relationship In Social Media (PRISM) Survey* yang mengukur hubungan parasosial dengan empat dimensi yaitu dimensi ketertarikan, dimensi pengetahuan, dimensi identifikasi, dan dimensi interaksi. Definisi dimensi ketertarikan adalah ketertarikan individu pada tokoh figur dan konten-kontennya di sosial media. Definisi dimensi pengetahuan adalah keinginan individu untuk mengetahui lebih banyak dan lebih dalam mengenai informasi-informasi tentang tokoh figur di sosial medianya. Definisi dimensi identifikasi adalah mengidentifikasikan persamaan individu dengan pilihan hidup dan kepercayaan tokoh figur. Definisi dimensi interaksi adalah interaksi individu sebagai peran teman terhadap perilaku tokoh figur di media sosial.

Meskipun interaksi parasosial bersifat satu arah, penelitian menunjukkan bahwa hubungan ini mampu menimbulkan kedekatan emosional yang kuat antara penonton dan figur media, sehingga membentuk ikatan sosial imajiner yang mirip dengan hubungan sosial nyata (Liebers & Schramm, 2019) dan alat ukur *Audience-Persona Interaction Scale* (Auter & Palmgreen, 2000). Kerancuan dalam kata "hubungan" dan "interaksi" mengakibatkan kesalahan pengukuran variabel pada alat-alat ukur tersebut (Boyd et al., 2022). Alat ukur *Parasocial Relationship in Social Media Survey* (PRISM; Boyd et al., 2022) yang dirancang oleh Boyd et. al. bertujuan untuk mengukur hubungan parasosial dan bukan interaksi parasosial seperti alat-alat ukur psikologi yang mendahuluinya. Alat ukur PRISM *Survey* ini lebih relevan sebagai alat ukur hubungan parasosial di era digital. Meskipun alat ukur PRISM *Survey* ini telah diuji validitas dan reliabilitasnya oleh Boyd et al. (2022) saat pengembangan alat ukur tersebut. Berdasarkan penelusuran terhadap penelitian sebelumnya, ternyata alat ukur PRISM *Survey* belum memiliki kategori hasil skor. Kategori hasil skor atau norma skor subyek menjadi sangat penting karena menentukan seseorang terdeteksi atau tidak terdeteksi terjadi hubungan parasosial terhadap tokoh figur di media sosial. Dengan demikian, tujuan penelitian adalah menyusun dan melakukan interpretasi skor norma *Parasocial Relationship in Social Media Survey* (PRISM) dalam Bahasa Indonesia.

Penelitian ini memberikan kontribusi praktis, khususnya dalam konteks literasi media dan kesehatan mental di era digital. Keutamaan penelitian ini terletak pada manfaatnya untuk menentukan secara pasti apakah individu tergolong memiliki hubungan parasosial yang positif atau negatif. Hasil penelitian dapat mengilustrasikan intensitas hubungan parasosial yang dialami oleh individu diharapkan akan menghilangkan keraguan terkait deskripsi hasil yang diperoleh.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan desain kuantitatif non-eksperimen, yaitu penelitian yang menggunakan bukti empiris dari hasil pengumpulan data survei yang dilakukan (Wang & Cheng, 2020). Penelitian ini bersifat *survey* dan non-eksperimen dikarenakan pengambilan data yang dilakukan dengan menggunakan kuesioner (Wang & Cheng, 2020). Penelitian ini bersifat *cross-sectional survey* yaitu pengambilan data dilakukan hanya satu kali.

Prosedur Pengambilan Data. Pengambilan data menggunakan sarana survei elektronik *Google Form (gform)* untuk penyebaran kuesioner secara *online* melalui koneksi di sosial media (LINE, Whatsapp, Discord). Karena kriteria alat ukur PRISM yang menentukan partisipan di atas usia 18 tahun, kami menargetkan partisipan remaja akhir dan dewasa. Sebagai pencegahan pengulangan data atau *spam*, kami menggunakan fitur pengumpulan alamat surel *Google Email (Gmail)* pada *gform* yang mewajibkan partisipan untuk masuk (*sign in*) ke dalam akun *Google* mereka, sehingga pengguna hanya dapat mengisi kuesioner *gform* satu kali saja. Penggunaan fitur pada *gform* yang mengharuskan responden untuk mengisi semua pertanyaan

pada kuesioner, agar data yang diperoleh lengkap atau tidak cacat oleh jawaban butir yang kosong.

Pengambilan data juga dilakukan dengan pengisian kuesioner *online* secara tatap muka, sehingga partisipan langsung mengerjakan survei dan diberikan kompensasi sebuah pulpen. Peneliti mendatangi beberapa kelas di Universitas X dan menyebarkan *link gform* dari kuesioner skala PRISM Survey. Partisipan diberikan waktu membaca *informed consent* yang tercantum pada laman utama *gform* untuk menyetujui untuk pengambilan nama panggilan atau inisial, usia, alamat surel *Gmail*, dan jawaban kuesioner. Setelah itu partisipan diarahkan ke laman *gform* selanjutnya untuk menjawab butir-butir PRISM Survey. Waktu pengerjaan survei memakan sekitar 15 sampai 20 menit, dikarenakan *link* survei *gform* tidak hanya berisi alat ukur PRISM Survey saja, namun bersama dengan dua alat ukur dari penelitian lainnya.

Populasi penelitian adalah remaja akhir sampai dewasa muda. Pemilihan populasi berdasarkan populasi di demografi yang lebih banyak terpapar oleh tokoh figur di media sosial (Ellis, 2020). Dengan demikian sampel penelitian adalah individu berusia 18 sampai 22 tahun, pengguna media sosial, mampu berbahasa Indonesia, dan memiliki tokoh figur yang diikuti di media sosial. Pada penelitian ini kriteria tokoh figur tidak dibatasi hanya figur konvensional seperti penyanyi, model busana, aktor, politikus atau lainnya, namun juga tokoh figur modern yaitu *influencer*, *streamer*, *Vtuber*, dan figur-figur sosial media modern lainnya.

Gambaran Sampel Penelitian. Sampel penelitian terdiri dari partisipan berusia 18 sampai 24 tahun dengan jumlah 209 partisipan. Kelompok usia 18 tahun berjumlah 17 orang, usia 19 tahun berjumlah 86 orang, usia 20 tahun berjumlah 71 orang, usia 21 tahun berjumlah 16 orang, usia 22 tahun berjumlah 9 orang, usia 23 tahun berjumlah 7 orang, dan usia 24 tahun berjumlah 3 orang responden. Sampel penelitian didominasi oleh partisipan berusia 19 dan 20 tahun, artinya partisipan penelitian menggambarkan demografi usia masa transisi dari remaja akhir sampai dewasa muda. Pada aspek jenis kelamin, partisipan perempuan (berjumlah 167 orang atau 80%) mendominasi dibandingkan laki-laki (berjumlah 42 orang atau 20%). Artinya data penelitian lebih mencerminkan pola hubungan parasosial pada perempuan di usia transisi remaja akhir ke dewasa muda.

Alat ukur *Parasocial Relationship in Social Media* (PRISM) (Boyd et al., 2022) memiliki 22 butir pertanyaan dengan 4 dimensi (Ketertarikan, Pengetahuan, Identifikasi, dan Interaksi). Penggunaan skala Likert dalam penelitian ini merujuk pada skala penilaian 1 sampai 5, mulai dari “Sangat Tidak Setuju” hingga “Sangat Setuju”, sebagaimana dijelaskan oleh Joshi et al. (2015) bahwa skala ini umum dipakai untuk mengukur sikap dan persepsi dalam berbagai bidang penelitian. Selain itu, proses adaptasi instrumen yang diterjemahkan dilakukan mengikuti prosedur lintas budaya, termasuk teknik *forward* dan *back-translation*, untuk memastikan makna asli tetap terjaga, sebagaimana diuraikan oleh Beaton et al. (2000). Contoh butir yang sudah diterjemahkan “Saya suka melihat konten yang dibuat oleh [NAMA TOKOH FIGUR].” Validitas konten dilakukan oleh dua orang pakar psikologi sosial.

Analisis Data. Hasil skor subyek dari pengisian kuesioner dinormalisasi menjadi *z-score* dalam distribusi normal dengan *mean* = 0 dan standar deviasi = 1 (Field, 2018). *Z-score* partisipan kemudian ditransformasi menggunakan *T-score* dengan *mean* = 50 dan standar deviasi = 10 sehingga diperoleh dengan maksimal skor sebesar 100. Pembagian kategori skor menggunakan persentil ketika kategori pemisah skor tidak tersedia (Streiner et al., 2015). Kami menggunakan metode tertil (33% & 66%) yang membagi data skor menjadi tiga bagian merata, yaitu skor rendah ($\leq 33\%$), skor sedang (34% - 66%), dan skor tinggi ($\geq 67\%$) (Tabachnick & Fidell, 2019). Nilai skor partisipan lebih tinggi dari rata-rata berartikan hubungan parasosial

lebih kuat, sebaliknya nilai skor partisipan di bawah rata-rata berartikan hubungan parasosial lemah, sedangkan nilai skor partisipan rata-rata berada di posisi skor rendah dan skor tinggi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Berdasarkan hasil pengisian kuesioner PRISM Survey diperoleh skor partisipan atau skor mentah. Hasil skor subyek dinormalisasi menjadi *z-score* dengan *mean* = 0 dan standar deviasi = 1. *Z-score* partisipan kemudian ditransformasi menggunakan *T-score* dengan *mean* = 50 dan standar deviasi = 10 sehingga diharapkan diperoleh skor maksimal sekitar 100. Tabel 1 menjelaskan deskriptif statistik dari skor mentah, *z score* dan *T score*.

Tabel 1. Deskriptif Statistik Skor Mentah, Z score dan T score

Skor	Mean	Std Deviasi	Minimum	Maksimum
Skor mentah	72,761	14,088	23,000	110,000
<i>Z score</i>	$3,302 \times 10^{-16}$	1,000	-3,532	2,643
<i>T score</i>	50,000	10,000	14,679	76,433

Pembagian kategori skor menggunakan metode tertile (33% & 66%) yang membagi data skor menjadi tiga bagian merata, yaitu skor rendah ($\leq 33\%$), skor sedang (34% - 66%), dan skor tinggi ($\geq 67\%$). Kategori skor menggunakan tiga kategori skor berdasarkan persentil 33% dengan skor 47, dan persentil 66% dengan nilai skor 54 (lihat tabel 2), Dengan demikian kategori rendah dengan rentang skor 14-46; kategori sedang dengan rentang skor 47-53; dan kategori tinggi dengan rentang nilai 54-76.

Tabel 2. Kategori Skor Persentil Tertile (33th dan 66th)

Mean	Std Deviasi	Persentil 33,33	Persentil 66,67
50,000	10,000	46,621	53,719

Dengan demikian skor norma Alat Ukur PRISM Survey sesuai dengan kategori rendah, sedang dan tinggi dijelaskan pada tabel 3, tabel 4 dan tabel 5.

Tabel 3. Skor Norma Alat Ukur PRISM Survey dengan Kategori Rendah

Skor Mentah	Skor Standar
22 & 23	14
24	15
25 & 26	16
27	17
28	18
29 & 30	19
31	20
32 & 33	21

34	22
35	23
36 & 37	24
38	25
39 & 40	26
41	27
42	28
43 & 44	29
45	30
46 & 47	31
48	32
49	33
50 & 51	34
52	35
53 & 54	36
55	37
56	38
57 & 58	39
59	40
60 & 61	41
62	42
63	43
64 & 65	44
66	45
67 & 68	46

Tabel 4. *Skor Norma Alat Ukur PRISM Survey dengan Kategori Sedang*
Skor Mentah Skor Standar

69	47
70	48
71 & 72	49
73	50
74 & 75	51
76	52
77	53

Tabel 5. Skor Norma Alat Ukur PRISM Survey dengan Kategori Tinggi

Skor Mentah	Skor Standar
78 & 79	54
80	55
81 & 82	56
83	57
84	58
85 & 86	59
87	60
88 & 89	61
90	62
91	63
92 & 93	64
94	65
95 & 96	66
97	67
98	68
99 & 100	69
101	70
102 & 103	71

104	72
105	73
106 & 107	74
108	75
109 & 110	76

Interpretasi perilaku dari tiga kategori skor yang telah dijelaskan diuraikan sebagai berikut (1) Kategori Rendah memperlihatkan hubungan parasosial berintensitas lemah. Mereka memiliki ikatan emosional yang minim dengan tokoh figur di sosial media. Tokoh media seringkali dirasakan sebagai individu yang jauh dan tidak hadir secara nyata dalam kehidupan pemirsa, menciptakan ilusi kedekatan melalui interaksi satu arah yang bersifat imajinatif dan emosional. Hal ini mencerminkan karakteristik utama dari hubungan parasosial, di mana penonton merasa mengenal tokoh media secara pribadi meskipun tanpa adanya kontak timbal balik (Liebers & Schramm, 2019). Mereka juga terlibat dengan tokoh figur tidak dianggap penting. Contohnya tidak mencari konten lebih banyak mengenai tokoh figur mereka. (2) Kategori Sedang memperlihatkan hubungan parasosial yang berintensitas sedang. Mereka lebih terlibat dengan aktivitas figur di sosial media, contohnya memberikan ulasan atau terlibat secara emosional. Meskipun terlibat lebih dalam dengan interaksi yang bersifat satu-arah, mereka tetap menyadari bahwa hubungan tersebut tidak akan mendapat balasan (Labrecque, 2014). (4) Kategori Tinggi memperlihatkan hubungan parasosial yang berintensitas tinggi. Mereka memiliki kedekatan kuat bersifat satu-arah dan melihat tokoh figur sosial media seperti teman atau orang yang dapat dipercayai (Tukachinsky & Stever, 2018). Mereka akan menghabiskan banyak waktu dan memiliki ketergantungan emosional pada figur sosial media ini, sehingga mereka dapat merasa tertekan atau gelisah ketika figur tersebut tidak ada.

Temuan lainnya memperlihatkan bahwa semakin tinggi skor di butir-butir dimensi Ketertarikan, semakin tinggi juga skor keseluruhan yang dimiliki responden. Bisa diasumsikan bahwa aspek ketertarikan terhadap konten atau kesejahteraan figur sosial media berpengaruh besar. Sedangkan skor pada butir-butir dimensi Identifikasi lebih tinggi pada partisipan yang memiliki intensitas hubungan parasosial yang sedang, selain skor pada dimensi Ketertarikan. Dengan demikian, kesamaan dalam identitas antara tokoh figur dan partisipan mendukung intensitas hubungan parasosial. Namun hipotesis kami kurang dapat divalidasi, dikarenakan uji coba hipotesis ini harus dilakukan pada sampel penelitian yang lebih beragam dan bukan yang didominasi oleh responden perempuan pada usia remaja akhir, sehingga dapat menggambarkan faktor-faktor yang mendukung hubungan parasosial pada umumnya.

Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis data kuesioner PRISM Survey, skor mentah partisipan dikonversi terlebih dahulu ke dalam z-score, kemudian ditransformasikan menjadi T-score agar memiliki distribusi normal dengan mean sebesar 50 dan standar deviasi 10. Transformasi ini bertujuan untuk memudahkan interpretasi dan memungkinkan kategorisasi yang objektif atas intensitas hubungan parasosial berdasarkan skor responden.

Statistik deskriptif menunjukkan bahwa skor mentah berkisar antara 23 hingga 110 dengan nilai rata-rata 72,76 dan deviasi standar sebesar 14,08. Setelah dinormalisasi, z-score memiliki mean mendekati nol (≈ 0) dan deviasi standar 1, sedangkan T-score memiliki rentang

antara 14,68 hingga 76,43. Data ini menunjukkan adanya variasi yang cukup besar dalam intensitas hubungan parasosial responden terhadap figur media.

Kategori skor ditentukan menggunakan metode tertil, yakni pembagian skor menjadi tiga kelompok berdasarkan persentil 33% dan 66%. Hasil kategorisasi menunjukkan rentang skor sebagai berikut: a) Skor rendah: T-score ≤ 46 . b) Skor sedang: T-score antara 47–53. c) Skor tinggi: T-score ≥ 54

Pembagian kategori ini digunakan untuk menilai intensitas hubungan parasosial responden: a) Kategori Rendah menunjukkan ikatan emosional yang lemah. Partisipan dalam kategori ini memandang figur media sebagai sosok yang jauh dan tidak relevan dalam kehidupan sehari-hari. Hubungan parasosial tampak minim, dan partisipan tidak terdorong untuk mencari lebih banyak informasi atau terlibat lebih lanjut dengan figur media. b) Kategori Sengah mencerminkan hubungan parasosial berintensitas sedang, ditandai dengan keterlibatan emosional yang lebih tinggi, misalnya menyukai konten atau meninggalkan komentar. Meski demikian, partisipan tetap memiliki kesadaran bahwa hubungan yang terjalin bersifat satu arah tanpa umpan balik nyata. c) Kategori Tinggi menunjukkan intensitas hubungan parasosial yang sangat kuat. Partisipan dalam kelompok ini cenderung menganggap tokoh media sebagai sosok penting yang dekat secara emosional, bahkan menganggapnya sebagai teman. Hal ini ditunjukkan melalui keterikatan emosional tinggi dan keterlibatan aktif dalam mengikuti aktivitas figur media.

Temuan tambahan memperlihatkan bahwa dimensi Ketertarikan merupakan faktor yang paling dominan memengaruhi skor keseluruhan PRISM Survey. Responden yang tertarik pada keseharian atau karakter tokoh figur media cenderung memiliki intensitas hubungan parasosial yang lebih tinggi. Selain itu, dimensi Identifikasi juga memberikan kontribusi penting, terutama pada partisipan dengan kategori skor sedang. Ini menunjukkan bahwa kesamaan identitas antara responden dan tokoh figur memperkuat intensitas hubungan parasosial.

Namun, generalisasi temuan ini masih terbatas. Sampel penelitian didominasi oleh responden perempuan usia remaja akhir, sehingga belum mencerminkan variasi yang lebih luas dalam populasi. Untuk menguji validitas hipotesis secara lebih menyeluruh, disarankan dilakukan uji lanjutan dengan sampel yang lebih heterogen dari segi usia, gender, dan latar belakang sosial-budaya. Secara keseluruhan, hasil ini mendukung literatur sebelumnya bahwa hubungan parasosial bersifat bertingkat dan dapat diukur secara kuantitatif menggunakan alat ukur seperti PRISM Survey, yang mampu mengungkap kedalaman keterlibatan emosional individu terhadap figur media dalam konteks satu arah.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis terhadap data PRISM Survey yang telah dinormalisasi dan dikategorikan menggunakan metode tertil, dapat disimpulkan bahwa hubungan parasosial yang terjalin antara partisipan dan figur media sosial terbagi menjadi tiga kategori: rendah, sedang, dan tinggi. Mayoritas partisipan menunjukkan tingkat keterlibatan yang sedang hingga tinggi, dengan skor tertinggi didorong oleh dimensi **ketertarikan** terhadap konten dan kesejahteraan tokoh figur media.

Kategori rendah menunjukkan minimnya kedekatan emosional dan keterlibatan dengan tokoh media, sedangkan kategori tinggi mencerminkan ikatan emosional yang kuat dan persepsi kedekatan sosial, meskipun hubungan tersebut bersifat satu arah. Temuan ini memperkuat konsep bahwa hubungan parasosial dapat menyerupai hubungan sosial nyata dalam hal keterikatan emosional dan keterlibatan, khususnya di era media digital.

Namun, karena sampel penelitian didominasi oleh remaja perempuan, hasil ini belum sepenuhnya mewakili populasi umum. Oleh karena itu, penelitian lanjutan dengan sampel yang lebih beragam diperlukan untuk memvalidasi lebih jauh intensitas dan faktor-faktor yang memengaruhi hubungan parasosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Alisya, R., Nurhayati, S., & Boer, D. (2023). *Parasocial Interaction and Fandom Culture in the Digital Era*. *Jurnal Komunikasi Digital*, 5(2), 112–126.
- Almaida, R., Gumelar, S., & Laksmiwati, A. (2021). Dinamika psikologis fangirl K-pop [Psychological dynamics of K-pop fangirls]. *Cognicia*, 9(1), 17–24. <https://doi.org/10.22219/cognicia.v9i1.15059>
- Auter, P. J., & Palmgreen, P. (2000). Development and validation of a parasocial interaction measure: The audience-persona interaction scale. *Communication Research Reports*, 17(1), 79–89. <https://doi.org/10.1080/08824090009388753>
- Beaton, D. E., Bombardier, C., Guillemin, F., & Ferraz, M. B. (2000). Guidelines for the process of cross-cultural adaptation of self-report measures. *Spine*, 25(24), 3186–3191. <https://doi.org/10.1097/00007632-200012150-00014>
- Boyd, A. T., Morrow, J. A., & Rocconi, L. M. (2022). Development and validation of the Parasocial Relationship in Social Media Survey. *The Journal of Social Media in Society*, 11(2), 1–20. <https://thejsms.org/index.php/JSMS/article/view/1085>
- Boyd, A. T., Rocconi, L. M., & Morrow, J. A. (2024). Construct validation and measurement invariance of the Parasocial Relationships in Social Media Survey. *PLoS ONE*, 19(3), e0300356. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0300356>
- Cahyani, & Purnamasari. (2019). Celebrity worship on early adult K-Pop fangirling. In *Proceedings of the 4th ASEAN Conference on Psychology, Counselling, and Humanities (ACPCH 2018)*. Atlantis Press. <https://doi.org/10.2991/acpch-18.2019.41>
- Ellis, P. (2020). Sampling in quantitative research 2: Non-experimental quantitative studies (1). *Wounds UK*, 16(1), 50-53. <https://wounds-uk.com/journal-articles/sampling-in-quantitative-research-2-non-experimental-quantitative-studies-1/>
- Field, A.P. (2018). *Discovering statistics using IBM SPSS statistics: 5th edition*. London: SAGE Publications, Inc.
- Hanifa, A. A. (2022). Trend Hallyu: Fanatisme fans K-Pop [Hallyu trend: K-Pop fans' fanaticism]. *Kumparan*. <https://kumparan.com/azmi-aqidatul-hanifa/trend-hallyu-fanatisme-fans-k-pop-1y8FWc3kpAQ>
- Joshi, A., Kale, S., Chandel, S., & Pal, D. K. (2015). Likert Scale: Explored and Explained. *British Journal of Applied Science & Technology*, 7(4), 396–403. <https://doi.org/10.9734/BJAST/2015/14975>
- Khairi, N. A. S. A., Norazman, N. D. A., Hassannudin, M. I. A., Khalip, N. F. A., & Yusuf, S. (2024). Bonding beyond the screen: Investigating the effects of parasocial relationship between fans and society. *International Journal of Research and Innovation in Social Science*, 8(8), 37–52. <https://doi.org/10.47772/ijriss.2024.808004>
- Labrecque, L. I. (2014). Fostering consumer–brand relationships in social media environments. *Journal of Consumer Marketing*, 31(6), 516-525. <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2013.12.003>
- Liebers, N., & Schramm, H. (2019). Parasocial interactions and relationships with media characters – An inventory of 60 years of research. *Communication Research Trends*, 38(4), 4–31.

- Rashid, F. H. A., Omar, S. Z., Bolong, J., & Abas, W. A. W. (2022). *Is it because of I'm famous, success or rich: Why social media influencer become a victim of cyberbullying on social media?* International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, 12(1), 1192–1211.
- Streiner, D. L., Norman, G. R., & Cairney, J. (2015). Health measurement scales: A practical guide to their development and use 5th edition. Oxford University Press.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2019). *Using multivariate statistics 7th edition*. Pearson.
- Tukachinsky, R., & Stever, G. S. (2018). Theorizing development of parasocial engagement. *Communication Theory*, 29(3), 297-318. https://www.researchgate.net/publication/325049356_Theorizing_development_of_para_social_experiences
- Wang, X., & Cheng, Z. (2020). Cross-sectional studies: Strengths, weaknesses, and recommendations. *Chest*, 158(1), S65–S71. <https://doi.org/10.1016/j.chest.2020.03.012>