

**PENGARUH KELEKATAN TIDAK AMAN TERHADAP HUBUNGAN  
PARASOSIAL PADA GENERASI Z DENGAN INTENSITAS KONSUMSI  
MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIATOR**



Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta  
untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi

**Disusun Oleh**

**Arina Durra Firdausi**

**NIM: 22107010037**

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA**

**YOGYAKARTA**

**2026**

## HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

### PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-4575/Un.02/DSH/PP.00.9/08/2026

Tugas Akhir dengan judul : Pengaruh Kelekatan Tidak Aman Terhadap Hubungan Parasosial Pada Generasi Z Dengan Intensitas Konsumsi Media Sosial Sebagai Mediator

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : ARINA DURRA FIRDAUSI  
Nomor Induk Mahasiswa : 22107010037  
Telah diujikan pada : Kamis, 16 Juli 2026  
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

### TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Denisa Aprilawati, S.Psi., M. Res.  
SIGNED

Valid ID: 6a6b91772233a



Penguji I

Dr. Zidni Immaswan Muslimin, S.Psi., M.Si.  
SIGNED

Valid ID: 6a70942255b0



Penguji II

Ratu Mastika Handayani, S.Psi., M.Psi., Psi.  
SIGNED

Valid ID: 6a7d8866c9b8

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA



Yogyakarta, 16 Juli 2026

UIN Sunan Kalijaga  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Prof. Dr. Erika Setyaning Kusumaputri, S.Psi., M.Si.  
SIGNED

Valid ID: 6a6a805916

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

### PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Arina Durra Firdausi

NIM : 22107010037

Program Studi : Psikologi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya dengan judul "Pengaruh Kelekatan Tidak Aman Terhadap Hubungan Parasosial Pada Generasi Z Dengan Intensitas Konsumsi Media Sosial Sebagai Mediator" adalah benar hasil karya penelitian saya sendiri, tanpa melanggar aturan akademik seperti penjiplakan, pemalsuan data atau manipulasi data. Selain itu, terdapat beberapa bagian yang peneliti ambil dari kutipan penulis lain. Namun, telah sesuai dengan tata cara yang dibenarkan. Apabila terbukti melanggar kode etik akademik dan peraturan, maka sebagai peneliti saya siap menerima konsekuensi yang berlaku. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya supaya dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 30 Juni 2026

Yang menyatakan;



Arina Durra Firdausi  
NIM. 22107010037

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## NOTA DINAS PEMBIMBING SKRIPSI



Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

FM-UINSK-BM-05-03/R0

### NOTA DINAS PEMBIMBING SKRIPSI / TUGAS AKHIR

Hal : Nota Dinas Pembimbing Skripsi/Tugas Akhir

Lamp : -

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Di Yogyakarta

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperfunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Arina Durra Firdausi

NIM : 22107010037

Judul Skripsi : Pengaruh Kelekatan Tidak Aman Terhadap Hubungan Parasosial Pada Generasi Z Dengan Intensitas Konsumsi Media Sosial Sebagai Mediator.

sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Program Studi Psikologi.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi / tugas akhir Saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 30 Juni 2026  
Pembimbing

**Denisa Apriliawati, S.Psi., M. Res.**  
NIP. 19900407 201903 2 014

## **ABSTRACT**

*As social media becomes an increasingly central part of daily life, Generation Z's pursuit of emotional closeness is no longer confined to real-world relationships but has extended into the digital sphere, including through Parasocial Relationships with media figures. For individuals with Insecure Attachment to their primary attachment figures, the unmet need for emotional closeness may be redirected toward digital spaces. However, the extent to which Insecure Attachment influences Parasocial Relationships, and the role of Social Media Consumption Intensity in this relationship, remains unclear. This study aims to examine the influence of Insecure Attachment on Parasocial Relationships, with Social Media Consumption Intensity as a mediating variable, among Generation Z. This study used a quantitative method with a mediation regression design. The subjects were Indonesian Generation Z individuals selected through the heuristic sampling technique, with a total sample of 186 participants. The instruments used were the Inventory of Parent and Peer Attachment (IPPA) Scale to measure Insecure Attachment, the MPSR Scale to measure Parasocial Relationships, and the Social Media Use Integration Scale (SMUIS) to measure Social Media Consumption Intensity. The data analysis technique used was mediation regression analysis with the bootstrapping method (5,000 bootstrap samples) using Jamovi software. The results showed a significant indirect effect of Insecure Attachment on Parasocial Relationships through Social Media Consumption Intensity (estimate = -0.0589;  $p = .030$ ), while the direct effect was not significant (estimate = -0.0685;  $p = .189$ ), indicating a full/indirect-only mediation model. The results further showed that Insecure Attachment had a negative effect on Social Media Consumption Intensity, while Social Media Consumption Intensity had a positive effect on Parasocial Relationships. This study offers new insight that insecure attachment in real-world relationships does not always drive individuals to actively seek escape into digital spaces, and underscores the importance of fostering secure attachment and healthy social media use patterns among Generation Z.*

**Keywords:** *Insecure Attachment, Parasocial Relationship, Social Media Consumption Intensity, Generation Z.*



## INTISARI

Generasi Z tumbuh di tengah perkembangan pesat media sosial, yang turut memengaruhi bagaimana mereka membangun kedekatan emosional, baik dengan orang-orang di sekitarnya maupun dengan figur publik di dunia maya. Bagi Generasi Z yang memiliki kualitas kelekatan yang tidak aman dengan figur lekat utamanya, kebutuhan akan kedekatan emosional dapat teralihkan ke ranah digital, salah satunya melalui pembentukan Hubungan Parasosial dengan figur media. Namun, sejauh mana Kelekatan Tidak Aman memengaruhi Hubungan Parasosial, serta bagaimana peran Intensitas Konsumsi Media Sosial di antara keduanya, masih perlu dikaji lebih lanjut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kelekatan Tidak Aman terhadap Hubungan Parasosial dengan Intensitas Konsumsi Media Sosial sebagai variabel mediator pada Generasi Z. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan desain regresi mediasi. Subjek penelitian ini merupakan individu Generasi Z di Indonesia yang dipilih menggunakan teknik *heuristic sampling*, dengan jumlah sampel sebanyak 186 orang. Alat ukur yang digunakan adalah Skala *Inventory of Parent and Peer Attachment* (IPPA) untuk mengukur Kelekatan Tidak Aman, Skala MPSR untuk mengukur Hubungan Parasosial, dan Skala *Social Media Use Integration Scale* (SMUIS) untuk mengukur Intensitas Konsumsi Media Sosial. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi mediasi dengan metode *bootstrapping* (5000 *bootstrap samples*) melalui software Jamovi. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui terdapat pengaruh tidak langsung yang signifikan antara Kelekatan Tidak Aman terhadap Hubungan Parasosial melalui Intensitas Konsumsi Media Sosial (estimasi = -0,0589;  $p = 0,030$ ), sementara pengaruh langsungnya tidak signifikan (estimasi = -0,0685;  $p = 0,189$ ), sehingga model mediasi yang terbentuk adalah mediasi total (*indirect-only mediation*). Hasil ini juga menunjukkan bahwa Kelekatan Tidak Aman berpengaruh negatif terhadap Intensitas Konsumsi Media Sosial, sedangkan Intensitas Konsumsi Media Sosial berpengaruh positif terhadap Hubungan Parasosial. Penelitian ini memberikan pemahaman baru bahwa kualitas kelekatan di dunia nyata tidak selalu

mendorong individu mencari pelarian secara aktif ke ranah digital, serta menegaskan pentingnya membangun kelekatan yang aman dan pola penggunaan media sosial yang sehat pada Generasi Z.

**Kata kunci:** Kelekatan Tidak Aman, Hubungan Parasosial, Intensitas Konsumsi Media Sosial, Generasi Z.



## MOTTO

“Maka bersabarlah dengan kesabaran yang baik.”

(QS. Al-Ma’arij: 5)

”Aku adalah bagian dari perjalanan panjangku sendiri. Dengan segala luka dan kekurangan, aku memilih untuk menerima, memaafkan, dan terus berjalan, hidup kita panjang, percaya dirilah saat kita ada dalam labirin. Sebab setelah musim dingin, musim semi selalu datang.”

(BTS, *Answer: Love Myself*)

*“Becoming strong begins with acknowledging your weaknesses, flaws, and shortcomings. I have far too many shortcomings.”*

(Kim Namjoon - BTS)

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## **PERSEMBAHAN**

Alhamdulillahrabbi'l'alamiin, segala puja dan puji syukur penulis haturkan Kepada Allah SWT atas segala rahmat, pertolongan, kesehatan, serta kemudahan yang senantiasa diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini berjalan dengan baik. Sebagai bentuk rasa syukur dan terima kasih, penulis mempersembahkan ini kepada :

### **DIRI SENDIRI**

Terima kasih karena sudah berusaha untuk mengerahkan semuanya, kerja keras, do'a, waktu, tenaga, mood, uang, dan pikiran untuk menuntaskan penulisan skripsi ini. Terima kasih untuk tetap bertahan dan memilih berjuang ditengah berbagai tantangan, tekanan, dan keraguan yang menghadang hingga akhir. Terima kasih

### **ALMAMATER**

Program Studi Psikologi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

### **DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI**

Ibu Denisa Apriliawati, S.Psi., M. Res.

### **DOSEN PENASEHAT AKADEMIK**

Ibu Nurus Sa'adah, S.Psi., M.Si., Psi.

### **KELUARGA**

Keluarga dan sanak saudara tercinta, yang senantiasa memberikan doa, dukungan, serta semangat tiada henti selama proses perkuliahan dan penyusunan skripsi ini. Terima kasih telah membersamai setiap langkah perjalanan ini, baik secara langsung maupun dari kejauhan.

### **TEMAN – TEMAN SEPERJUANGAN**

Teman – teman Psikologi Angkatan 2022 UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta secara umum maupun terkhusus untuk Kelas A Angkatan 2022.



## KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat serta karunia-Nya. Sholawat serta salam semoga tercurahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat, dan seluruh umat Islam.

Alhamdulillah berkat pertolongan dan kemudahan yang diberikan Allah SWT, serta berkat dukungan dari orang-orang terdekat, penulis dapat menyelesaikan berbagai tahapan dalam mengerjakan Skripsi yang berjudul “Pengaruh Kelekatan Tidak Aman Terhadap Hubungan Parasosial Pada Generasi Z Dengan Intensitas Konsumsi Media Sosial Sebagai Mediator” dengan baik. Karya tulis ini diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Psikologi (S.Psi).

Selama penyusunan skripsi, penulis mendapat banyak dukungan, motivasi, bantuan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Maka dari itu, peneliti akan menyampaikan ungkapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Noorhaidi Hasan, S.Ag., M.A., M.Phil., Ph.D, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
2. Ibu Dr. Erika Setyanti Kusumaputri, S.Psi., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
3. Ibu Denisa Apriliawati, S.Psi., M.Res, selaku Ketua Prodi Psikologi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
4. Ibu Nurus Sa'adah, S.Psi., M.Si., Psikolog, selaku Dosen Penasehat Akademik
5. Ibu Denisa Apriliawati, S.Psi., M.Res, selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang senantiasa memberi dukungan dalam penyelesaian skripsi
6. Bapak Zidni Immawan Muslimin, S.Psi, M.Si, selaku Penguji 1 dan Ibu Ratna Mustika Handayani, S.Psi., M.Psi., Psikolog, selaku Penguji 2 yang telah meluangkan waktu dan memberikan masukan kepada penulis agar skripsi yang disusun menjadi lebih baik

7. Seluruh Dosen Program Studi Psikologi yang telah memberikan ilmu pengetahuan, nasehat, dan pengalaman kepada penulis, serta seluruh staff tata usaha yang telah membantu dalam proses penelitian berlangsung
8. Seluruh dosen perwakilan setiap Fakultas UIN Sunan Kalijaga yang telah membantu penulis dalam pengambilan data penelitian
9. Yang tercinta orang tua penulis Abi dan Umi. Terima kasih telah mengajarkan bahwa bertahan adalah bentuk keberanian, dan bahwa kasih sayang tidak selalu hadir dalam kata-kata, tetapi dalam pengorbanan yang dilakukan setiap hari tanpa meminta balasan. Banyak hal yang hari ini dapat diraih berdiri di atas doa, kerja keras, dan perjuangan yang Abi dan Umi lakukan jauh sebelum penulis mengerti arti kehidupan. Skripsi ini menjadi saksi bahwa sejauh apa pun langkah yang ditempuh, selalu ada cinta orang tua yang mengiringi dari belakang. Terima kasih telah menjadi teladan tentang ketulusan, keteguhan, dan kasih yang tidak pernah habis oleh waktu. Semoga Allah SWT senantiasa menjaga Abi dan Umi dalam kesehatan, kebahagiaan, serta keberkahan yang tak putus-putus.
10. Kepada saudara kandung penulis Naila dan Husein. Terima kasih telah menjadi salah satu alasan penulis untuk terus bertahan dan berusaha menjadi pribadi yang lebih baik. Meskipun kita tidak selalu menghabiskan waktu bersama, ketahuilah bahwa kalian selalu memiliki tempat yang istimewa di hati penulis. Meski kebersamaan kita tak selalu diwarnai ketenangan, terkadang penuh canda, perdebatan kecil, dan sikap saling menguji kesabaran, namun semua itu justru menjadi warna bagi kita sebagai saudara. Terimakasih penulis ucapkan untuk dukungan yang berarti serta doanya hingga penulis dapat mencapai titik ini. Terima kasih selalu mengulurkan tangan kepada penulis disaat penulis merasa tidak baik-baik, semoga kalian selalu diberkati, dilancarkan rezekinya, dan sehat selalu.
11. Untuk saudara -saudara penulis tante Nita sekeluarga, kak Dewi dan om Budi sekeluarga. Terima kasih penulis ucapkan untuk semua kebaikan yang diberika

kepada penulis, terima kasih untuk bantuan, dukungan, dan semangat yang selalu diberikan terutama pada awal memulai perkuliahan, terimakasih telah berbagi dalam berbagai hal, kehadiran kalian adalah anugrah tak terhingga dalam hidup penulis.

12. Teman terbaik penulis Arini 'Ala dan mbak Mira. Terima kasih telah menerima penulis, bukan hanya dalam versi terbaik, tapi juga dalam segala retak dan kurang penulis. Terima kasih menjadi pendengar tanpa menghakimi dan menampung cerita-cerita yang kadang tak penting dari penulis. Meski jarak memisahkan, semoga semesta tetap menyimpan kita dalam ikatan yang tidak mudah pudar, karena bagi penulis, kalian bukan hanya cerita masa muda, tapi bagian yang ingin selalu tinggal, hingga akhir.
13. Sahabat seperjuangan sejak awal perkuliahan, Istaffiru dan Hibatul. Terima kasih telah berjalan bersama dalam lelah dan harap, menjadi tempat berbagi keluh, tawa, dan semangat ketika langkah terasa berat. Kehadiran kalian bukan sekadar teman belajar, tetapi juga penguat yang membuat proses panjang ini terasa lebih ringan. Penulis berharap, ke depan kita tetap saling merangkul dan melangkah bersama, menguatkan satu sama lain, hingga akhirnya meraih gelar kompeten yang kita perjuangkan.
14. Penulis juga menyampaikan ucapan terima kasih kepada Kim Namjoon, Kim Seokjin, Min Yoongi, Jung Hoseok, Park Jimin, Kim Taehyung dan Jeon Jungkook member BTS (*Bangtan Sonyeondan*) yang telah memberikan dukungan moral dan inspirasi selama masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini. Melalui karya dan pesan yang disampaikan, kalian hadir dengan lagu-lagu yang menenangkan, lirik yang menguatkan, dan keberanian untuk berkata "*You're not alone*". Kalian juga mengajarkan penulis arti penting mencintai diri sendiri, untuk memeluk luka tanpa menyalahkan, dan berdamai dengan kekurangan tanpa merasa kurang. Kalimat "*Love Myself. Speak Yourself*" bukan hanya sekadar slogan, tapi menjadi napas dalam setiap langkah yang penulis ambil. Selain itu, penulis turut berterima kasih atas berbagai

bentuk karya dan merchandise BTS yang memberikan manfaat nyata bagi penulis dalam menjaga keberlanjutan studi, khususnya pada masa perkuliahan semester akhir, sehingga proses perkuliahan dan penyelesaian skripsi ini dapat berjalan dengan baik.

15. Kepada seluruh partisipan penelitian dan pihak yang terlibat, terima kasih banyak atas kesediaannya meluangkan waktu dalam proses penelitian ini, memberikan doa serta dukungan dalam proses penyusunan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.
16. *Last but not least, big thanks to my gorgeous self.* Terima kasih karena telah memilih untuk tetap bertahan ketika menyerah terasa lebih mudah. Terima kasih telah memberi ruang bagi diri sendiri untuk gagal, belajar, dan mencoba kembali tanpa henti. Terima kasih telah bertahan menjadi rumah bagi diri sendiri di tengah banyak hal yang berubah, dan tetap percaya bahwa setiap proses memiliki waktunya, bahkan ketika hasilnya belum terlihat. Untuk setiap air mata yang disembunyikan, doa yang diam-diam dipanjatkan, serta perjuangan yang tidak diketahui siapa pun, terima kasih karena telah memilih untuk terus melanjutkan langkah. Terima kasih karena tidak meninggalkan diri sendiri. Semoga setelah ini, hidup selalu menemukan cara untuk menjadi lebih baik.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## DAFTAR ISI

|                                    |      |
|------------------------------------|------|
| HALAMAN PENGESAHAN.....            | ii   |
| SURAT PERNYATAAN KEASLIAN .....    | iii  |
| NOTA DINAS PEMBIMBING SKRIPSI..... | iv   |
| <i>ABSTRACT</i> .....              | v    |
| INTISARI .....                     | i    |
| MOTTO .....                        | iii  |
| PERSEMBAHAN.....                   | iv   |
| KATA PENGANTAR.....                | vi   |
| DAFTAR ISI.....                    | x    |
| DAFTAR LAMPIRAN .....              | xiii |
| DAFTAR TABEL .....                 | xv   |
| DAFTAR GAMBAR.....                 | xvi  |
| BAB I.....                         | 1    |
| PENGANTAR .....                    | 1    |
| A. Latar Belakang Masalah.....     | 1    |
| B. Tujuan Penelitian .....         | 18   |
| C. Manfaat Penelitian .....        | 18   |
| D. Keaslian Penulisan .....        | 20   |
| BAB II .....                       | 37   |
| DASAR TEORI .....                  | 37   |
| A. Hubungan Parasosial.....        | 37   |

|                                                  |            |
|--------------------------------------------------|------------|
| B. Kelekatan Tidak Aman .....                    | 47         |
| C. Intensitas konsumsi Media Sosial .....        | 54         |
| D. Dinamika Hubungan antar Variabel .....        | 60         |
| E. Hipotesis.....                                | 65         |
| <b>BAB III.....</b>                              | <b>67</b>  |
| <b>METODE PENELITIAN.....</b>                    | <b>67</b>  |
| A. Desain Penelitian.....                        | 67         |
| B. Identifikasi Variabel Penelitian.....         | 67         |
| C. Definisi Operasional Variabel Penelitian..... | 68         |
| D. Populasi Dan Sampel .....                     | 69         |
| E. Teknik Pengumpulan Data.....                  | 71         |
| F. Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur .....    | 77         |
| G. Teknik Analisis Data.....                     | 78         |
| <b>BAB IV .....</b>                              | <b>82</b>  |
| <b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>                | <b>82</b>  |
| A. Orientasi Kancan.....                         | 82         |
| B. Persiapan Penelitian .....                    | 84         |
| C. Pelaksanaan Penelitian.....                   | 91         |
| D. Hasil Penelitian .....                        | 92         |
| E. Pembahasan.....                               | 114        |
| <b>BAB V.....</b>                                | <b>130</b> |
| <b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>                | <b>130</b> |
| A. Kesimpulan .....                              | 130        |

|                            |            |
|----------------------------|------------|
| B. Saran.....              | 131        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b> | <b>134</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>       | <b>142</b> |



## DAFTAR LAMPIRAN

|                                                                                                        |     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Lampiran 1 Lembar Validasi Terjemahan <i>Multiple Parasocial Relationship Scale</i> (M-PSR) .....      | 142 |
| Lampiran 2 Lembar Validasi <i>Social Media Use Integration Scale</i> (SMUIS) .....                     | 145 |
| Lampiran 3 Lembar Professional Judgement.....                                                          | 148 |
| Lampiran 4 Lembar Uji Keterbacaan.....                                                                 | 154 |
| Lampiran 5 Uji Coba Skala.....                                                                         | 214 |
| Lampiran 6 Tabulasi Data Try Out Skala Hubungan Parasosial .....                                       | 220 |
| Lampiran 7 Tabulasi Data Try Out Skala Kelekatan Tidak Aman .....                                      | 222 |
| Lampiran 8 Tabulasi Data Try Out Skala Intensitas Konsumsi Media Sosial.....                           | 227 |
| Lampiran 9 Uji Seleksi Aitem dan Reliabilitas Alat Ukur Hubungan Parasosial.....                       | 230 |
| Lampiran 10 Uji Seleksi Aitem dan Reliabilitas Alat Ukur Kelekatan Tidak Aman tanpa Seleksi Aitem..... | 232 |
| Lampiran 11 Uji Seleksi Aitem dan Reliabilitas Alat Ukur Intensitas Konsumsi Media Sosial.....         | 234 |
| Lampiran 12 Informed Consent .....                                                                     | 235 |
| Lampiran 13 Skala Hubungan Parasosial .....                                                            | 237 |
| Lampiran 14 Skala Kelekatan Tidak Aman .....                                                           | 241 |
| Lampiran 15 Skala Intensitas Konsumsi Media Sosial.....                                                | 245 |
| Lampiran 16 Tabulasi Data Penelitian Hubungan Parasosial.....                                          | 246 |
| Lampiran 17 Tabulasi Data Penelitian Kelekatan Tidak Aman.....                                         | 254 |
| Lampiran 18 Tabulasi Data Penelitian Intensitas Konsumsi Media Sosial .....                            | 268 |
| Lampiran 19 Hasil Uji Normalitas .....                                                                 | 274 |
| Lampiran 20 Hasil Uji Linearitas.....                                                                  | 274 |
| Lampiran 21 Hasil Uji Outlier .....                                                                    | 274 |
| Lampiran 22 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....                                                        | 275 |
| Lampiran 23 Hasil Uji Independensi .....                                                               | 275 |

|                                                                                                                  |     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Lampiran 24 Hasil Uji Mediasi.....                                                                               | 275 |
| Lampiran 25 Hasil Jalur Koefisien ( <i>Path Estimates / Indirect and Total Effects</i> )....                     | 275 |
| Lampiran 26 Hasil Jalur Koefisien ( <i>Indirect and Total Effects</i> ).....                                     | 276 |
| Lampiran 27 Hasil Uji Koefisien Determinasi Variabel Mediator dan Uji F Model                                    | 277 |
| Lampiran 28 Hasil Uji Beda Komparatif Variabel Penelitian Berdasarkan<br>Karakteristik Demografi Partisipan..... | 278 |
| Lampiran 29 Data Diri .....                                                                                      | 275 |



## DAFTAR TABEL

|                                                                                                              |     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabel 1. Literature Review.....                                                                              | 20  |
| Tabel 2. Distribusi Aitem Skala Hubungan Parasosial (M-PSR) .....                                            | 72  |
| Tabel 3. Distribusi Aitem skala father-child relationship .....                                              | 75  |
| Tabel 4. Distribusi Aitem skala mother-child relationship .....                                              | 75  |
| Tabel 5. Distribusi Aitem Skala Intensitas Konsumsi Media Sosial (SMUIS).....                                | 76  |
| Tabel 6. Hasil Seleksi Aitem Skala Hubungan Parasosial.....                                                  | 87  |
| Tabel 7. Hasil Seleksi Aitem Skala Kelekatan Tidak Aman (Ayah) .....                                         | 89  |
| Tabel 8. Hasil Seleksi Aitem Skala Kelekatan Tidak Aman (Ibu) .....                                          | 89  |
| Tabel 9. Hasil Seleksi Aitem Skala Intensitas Konsumsi Media Sosial .....                                    | 90  |
| Tabel 10. Reliabilitas Alat Ukur .....                                                                       | 91  |
| Tabel 11. Deskripsi Partisipan Penelitian .....                                                              | 92  |
| Tabel 12. Deskriptif Statistik Hipotetik dan Empirik .....                                                   | 95  |
| Tabel 13. Tabel Norma Kategorisasi .....                                                                     | 97  |
| Tabel 14. Kategorisasi Hubungan Parasosial.....                                                              | 97  |
| Tabel 15. Kategorisasi Kelekatan Tidak Aman - Ayah .....                                                     | 98  |
| Tabel 16. Kelekatan Tidak Aman - Ibu.....                                                                    | 99  |
| Tabel 17. Kategorisasi Intensitas Konsumsi Media Sosial .....                                                | 99  |
| Tabel 18. Hasil Uji Nilai <i>Cook's Distance</i> .....                                                       | 102 |
| Tabel 19. Hasil Uji Heteroskedastisitas ( <i>Breusch-Pagan Test</i> ).....                                   | 103 |
| Tabel 20. Hasil Uji <i>Durbin-Watson Test</i> .....                                                          | 104 |
| Tabel 21. Hasil Uji Mediasi ( <i>Mediation Estimates</i> ).....                                              | 105 |
| Tabel 22. Jalur Koefisien ( <i>Path Estimates / Indirect and Total Effects</i> ) .....                       | 106 |
| Tabel 23. Jalur Koefisien ( <i>Indirect and Total Effects</i> ).....                                         | 106 |
| Tabel 24. Hasil Uji Koefisien Determinasi Variabel Mediator.....                                             | 111 |
| Tabel 25. Hasil Uji F Model .....                                                                            | 112 |
| Tabel 26. Hasil Uji Beda Komparatif Variabel Penelitian Berdasarkan Karakteristik Demografi Partisipan ..... | 113 |

## DAFTAR GAMBAR

|                               |     |
|-------------------------------|-----|
| Gambar 1. Q-Q Plot .....      | 100 |
| Gambar 2. Residual Plot ..... | 101 |



## BAB I

### PENGANTAR

#### A. Latar Belakang Masalah

Salah satu hal krusial yang menjadi faktor pendukung berjalannya industri hiburan adalah keberadaan penggemar (*fans*). Hubungan antara idola dan *fans* pada dasarnya berawal dari ketertarikan awal terhadap karya seni atau konten kreatif yang dihasilkan oleh sang idola, seperti lagu, film, tarian, atau karya visual lainnya (Zhao, 2022). Melalui karya tersebut, seseorang dapat merasakan kedekatan emosional karena merasa terwakili oleh pesan, emosi, atau nilai yang disampaikan (Ulandari & Rohmah, 2024). Hubungan antara penggemar dan idola terbentuk melalui berbagai medium karya seni serta interaksi digital yang memungkinkan munculnya ikatan emosional yang kuat. Melalui produk seni atau konten kreatif seperti lagu, album, video musik, film, serial, hingga kampanye visual, penggemar mulai terpapar karya idola dan meresponsnya secara emosional (Hashim et al., 2023). Mereka merasa terwakili, tersentuh, bahkan menemukan makna personal dari pesan atau estetika yang disampaikan idola melalui karya tersebut.

Paparan yang berulang terhadap karya dan aktivitas idola seperti mendengarkan lagu berulang kali, menonton film atau video musik lebih dari sekali, hingga mengikuti unggahan idola di media sosial, hal tersebut membentuk pola perilaku yang menyerupai hubungan interpersonal (Gucci et al., 2024). Penggemar menantikan rilis baru, memperbarui informasi, serta berbagi pengalaman dan perasaan dengan sesama anggota *Fanbase* (kelompok organisasi penggemar tertentu), sehingga terbentuk rasa keterhubungan dan komunitas yang kuat (Wang, 2023). Awalnya, ketertarikan ini mungkin muncul karena rasa kagum atau hiburan

semata, namun seiring waktu dapat berkembang menjadi keterikatan yang lebih dalam, *fans* mulai mengikuti aktivitas idola, berpartisipasi dalam komunitas penggemar, dan mengekspresikan dukungannya melalui berbagai cara, baik secara online maupun offline (Zhou et al., 2021).

Dalam hubungan idola dan *fans* yang ideal, keterikatan yang berawal dari apresiasi terhadap karya seni berkembang secara sehat dan dilandasi oleh rasa saling menghormati (Nguyen et al., 2023). Interaksi antara keduanya perlu dibangun di atas pemahaman akan batas dan peran masing-masing, *fans* menghargai idola sebagai individu yang memiliki hak privasi dan kebebasan, sedangkan idola memberikan apresiasi tulus atas dukungan yang diterima tanpa memanfaatkannya secara berlebihan (Li, 2024). Hubungan idola dan *fans* ini dapat menumbuhkan rasa komunitas, identitas bersama, dan dukungan emosional antar penggemar. Interaksi ini membuat penggemar menemukan ruang untuk mengekspresikan diri, berbagi minat, dan memperoleh rasa belonging yang memperkaya kesejahteraan emosional mereka (Syawal, 2023).

Hubungan idola dengan *fans* yang sehat ditandai oleh kesadaran penggemar terhadap batas antara dunia nyata dan dunia digital idola. Penggemar memahami bahwa selebriti adalah figur publik, bukan teman pribadi atau pasangan, sehingga dukungan mereka berfokus pada karya, nilai, dan pesan positif yang idola sampaikan, bukan pada tuntutan interaksi personal (Alisya et al., 2023). Bentuk hubungan seperti ini bersifat inspiratif dan konstruktif, karena mampu memotivasi penggemar untuk berkembang, mengejar mimpi, serta memperkuat rasa percaya diri. Selain itu, hubungan yang sehat juga dicirikan oleh keseimbangan antara keterlibatan *fandom* (komunitas penggemar dalam budaya pop) dan kehidupan sosial nyata. Penggemar tetap menjalankan aktivitas harian, menjaga relasi interpersonal, serta tidak membiarkan keterikatan dengan idola mengganggu fungsi sosialnya (Ulandari & Rohmah, 2024). Pada saat yang sama, selebriti dan manajemennya menjaga batas profesional yang jelas, sehingga interaksi di dunia

maya tetap dalam ranah publik dan etis. Hubungan yang demikian memungkinkan kedua pihak untuk saling tumbuh dalam ruang yang positif, di mana kekaguman terhadap idola dapat menjadi sumber motivasi, inspirasi, dan kreativitas (Lewis et al., 2021).

Namun demikian, meskipun hubungan antara idola dan *fans* idealnya dibangun secara sehat dan dilandasi rasa saling menghormati, kenyataan di lapangan menunjukkan fenomena yang lebih kompleks. Ramadhani dan Jatnika (2025) menjelaskan bahwa di era digital saat ini, batas antara kekaguman dan obsesi sering kali menjadi kabur, terutama karena peran media sosial yang memperkuat intensitas interaksi antara idola dan penggemar. Bahkan menurut Sutardi et al. (2024) keterbukaan akses terhadap kehidupan pribadi idola melalui konten digital menciptakan ruang bagi keterlibatan emosional yang semakin dalam, sekaligus memperlihatkan bagaimana persepsi penggemar terhadap idola bisa berkembang menjadi kedekatan yang intens. Kondisi ini menunjukkan bahwa hubungan idola-*fans* tidak selalu berjalan sesuai nilai ideal, melainkan menghadirkan dinamika baru yang mencerminkan sisi positif dan negatif dari budaya populer modern.

Dalam konteks ini, hubungan emosional yang kuat antara penggemar dan idola menjadi ciri khas dalam komunitas K-Pop, khususnya di kalangan perempuan muda. Para penggemar sering mengembangkan keterikatan emosional yang kuat terhadap idola mereka, yang dapat memengaruhi tugas perkembangan sosial dan strategi koping dalam kehidupan sehari-hari (Siswoyo et al., 2024). Menurut laporan *Global Hallyu* yang diterbitkan oleh *Korea Foundation* (KF), hingga akhir tahun 2022 jumlah penggemar *Hallyu* (termasuk K-Pop, drama, dan budaya Korea) di seluruh dunia telah melampaui 178 juta orang (Korea Foundation, 2022). Tidak hanya itu, Interaksi intens penggemar dengan idola juga tercermin dari laporan Weverse *Fandom Trend 2023* (platform interaksi digital antara idol dan penggemar), yang mencatat terdapat 10 juta pengguna aktif tiap bulan dari 245 negara, dengan rata-rata waktu penggunaan 250 menit per bulan (Weverse, 2023).

Fenomena serupa juga terlihat di kalangan penggemar musik pop Barat. Misalnya, penggemar Taylor Swift (*Swifties*) membangun hubungan intens melalui kehadiran aktif Swift di media sosial. Data demografi Audiense (2022) mencatat bahwa 55,28% penggemar *Red (Taylor's Version)* adalah perempuan, 44,72% laki-laki, dengan dominasi usia 18-24 tahun (40,19%), diikuti kelompok usia 25-34 tahun (24,57%), 13-17 tahun (18,80%), dan 35-44 tahun (8,84%) (Audiense, 2022). Melalui data tersebut, pengungkapan diri dan kepribadian autentik *Swift* di platform seperti Instagram dan X (Twitter) memperkuat rasa keintiman dan koneksi emosional penggemar, sekaligus memenuhi kebutuhan hiburan, interaksi sosial, dan pencarian informasi (Zafina & Sinha, 2024). Penelitian oleh Pohan dan Gustiana (2023) menemukan bahwa fenomena *fanwar* atau konflik antar penggemar kerap terjadi di platform seperti Instagram dan Twitter, yang umumnya dipicu oleh kompetisi popularitas, perbedaan pandangan tentang idol, hingga persoalan sepele seperti gaya berpakaian atau kehidupan pribadi figur yang dikagumi. Kondisi ini menunjukkan bahwa keterlibatan emosional yang tinggi dapat berkembang menjadi perilaku kompetitif dan antagonistik di antara penggemar, memperlihatkan sisi lain dari relasi *fans-idola* di era digital.

Tidak dapat dipungkiri bahwa, kondisi tersebut tidak terlepas dari karakteristik sosial generasi yang mendominasi ruang *fandom* saat ini, yaitu Generasi Z. Generasi ini, yang lahir antara pertengahan 1990-an hingga awal 2010-an, dikenal sebagai *digital natives* yang tumbuh seiring pesatnya perkembangan teknologi digital (Ateş et al., 2024). Objek kekaguman Generasi Z di ruang digital tidak hanya berupa idol K-Pop. Dalam kajian hubungan *fans-idola* di era digital, istilah figur media mencakup persona nyata maupun fiktif yang dihadirkan secara berulang melalui media. Figur tersebut dapat dikelompokkan menjadi empat kategori, yaitu: (1) selebritas individual, seperti penyanyi solo, aktor, aktris, atlet, dan tokoh publik; (2) musisi atau kelompok pertunjukan, seperti band, grup musik, dan idol group; (3) *influencer*, YouTuber, streamer, serta kreator konten; dan (4)

tokoh fiksi atau virtual yang berasal dari film, serial, anime, gim, webtoon, maupun media digital lain. Hal ini, dapat terbentuk keberagaman persona media dan tidak terbatas pada satu jenis idola (Tukachinsky & Stever, 2019).

Indonesia memperlihatkan keberadaan beberapa kategori tersebut, terutama idol K-Pop dan *influencer*. Penelitian mengenai penggemar K-Pop Indonesia menunjukkan bahwa idola musik dapat menjadi pusat identifikasi, keterlibatan fandom, dan kedekatan satu arah yang dipelihara melalui media digital (Dewanggi & Septarini, 2025). Penelitian terhadap pengikut *influencer* di Indonesia juga menempatkan kredibilitas, nilai konten, dan interaktivitas sebagai unsur yang memfasilitasi hubungan *fans*-idola (Syarif et al., 2025). Penelitian tersebut, mendukung penggunaan klasifikasi figur media dalam penelitian, tetapi tidak dapat dipakai untuk menyatakan urutan idola yang paling populer secara nasional karena belum tersedia survei jurnal yang membandingkan seluruh kategori tersebut pada populasi Generasi Z Indonesia.

Sejalan dengan penjelasan di atas, paparan media daring sejak usia dini membentuk cara berpikir, berinteraksi, dan mengekspresikan diri secara unik, termasuk dalam menjalin hubungan dengan figur publik atau idola. Bagi Generasi Z, media digital bukan hanya sarana hiburan, tetapi juga ruang emosional untuk merasakan kedekatan dan afiliasi sosial (Liu & Ma, 2019b). Namun, keterlibatan yang sangat intens di dunia daring juga menimbulkan tantangan, karena batas antara kekaguman dan keterikatan emosional yang berlebihan menjadi semakin kabur.

Jika dilihat dari pemaparan sebelumnya, luasnya rentang usia yang termasuk dalam Generasi Z, peneliti ini akan melakukan pembatasan populasi agar karakteristik partisipan penelitian sesuai dengan fokus penelitian. Rentang usia 18-25 tahun dalam penelitian ini merupakan pembatasan populasi operasional, bukan definisi keseluruhan Generasi Z. Individu berusia 26-29 tahun tetap dapat termasuk dalam kelompok Generasi Z, tetapi tidak masuk dalam cakupan sampel penelitian.

Batas bawah 18 tahun digunakan untuk memusatkan penelitian pada responden dewasa, sedangkan batas atas 25 tahun digunakan agar sampel lebih homogen dalam hal fase pendidikan, pekerjaan, kemandirian, dan tanggung jawab sosial (Peredy et al., 2024). Pembatasan tersebut mengurangi variasi konteks kehidupan yang semakin besar apabila kelompok usia akhir dua puluhan apabila digabungkan dalam satu sampel.

Sejalan dengan penjelasan di atas, pemilihan usia 18-25 tahun relevan dengan pola penggunaan media pada dewasa muda. Penelitian pada kelompok usia akhir remaja sampai pertengahan dua puluhan menunjukkan bahwa penggunaan media sosial berkaitan dengan kebutuhan identitas, ekspresi diri, kedekatan, hiburan, dan pemeliharaan hubungan sosial (Keum et al., 2023). Pada relasi *fans-idola*, proses identifikasi, persepsi kesamaan, daya tarik, dan paparan berulang merupakan faktor yang dapat memperkuat kedekatan subjektif dengan figur media (Tukachinsky & Stever, 2019)..

Melihat kecenderungan ini, pola hubungan interpersonal Generasi Z turut dibentuk oleh lingkungan sosial-budaya serta pendidikan digital (Herawati et al., 2023), dengan kecenderungan lebih memilih komunikasi melalui media sosial dan pesan instan dibandingkan tatap muka langsung, yang secara signifikan memengaruhi cara mereka membangun dan mempertahankan hubungan emosional (Jayatissa, 2023). Salah satu konsekuensi dari perubahan ini adalah munculnya fenomena Hubungan Parasosial, yaitu bentuk keterikatan emosional satu arah antara individu dan figur publik seperti selebriti, *influencer*, atau idola K-Pop, di mana penggemar merasakan hubungan yang kuat meski tokoh tersebut tidak menyadari keberadaan mereka (Sari et al., 2022). Hubungan yang seperti ini, meskipun efisien dan mudah dalam mengakses idol lebih jauh, berpotensi menurunkan keterampilan komunikasi langsung serta mempersempit kedalaman relasi interpersonal (Musfirah et al., 2024). Namun demikian, ruang digital juga memberi peluang yang luas bagi Generasi Z untuk mengekspresikan diri, berkreasi,

serta membangun rasa komunitas dan identitas bersama melalui berbagai bentuk partisipasi daring (Zheng, 2024).

Hubungan parasosial memiliki beberapa aspek utama yang menggambarkan kedalaman dan kualitas ikatan yang terbentuk. Aspek-aspek hubungan parasosial antara lain: 1) Aspek kognitif, mencakup sejauh mana penggemar mengenal dan memahami figur publiknya, misalnya mengetahui latar belakang, kebiasaan, atau nilai-nilai yang dipegang idola (Rubin & McHugh, 1987); 2) Aspek afektif, yaitu keterlibatan emosional penggemar terhadap figur tersebut, seperti rasa sayang, kagum, empati, bahkan kesedihan ketika idola menghadapi masalah atau absen dari publik (Tukachinsky & Stever, 2019); 3) Aspek perilaku, meliputi tindakan nyata yang dilakukan penggemar untuk mendukung atau mengikuti idola mereka, seperti mengomentari unggahan, membeli produk yang dipromosikan, menonton konten berulang, atau menghadiri konser dan acara *fandom* (Giles, 2002); dan 4) Aspek sosial atau identitas, di mana penggemar memperoleh rasa kebersamaan, identitas sosial, dan dukungan emosional dari komunitas *fandom* yang sama (Tukachinsky & Stever, 2019).

Fenomena ini semakin menonjol di kalangan Generasi Z karena kemudahan akses dan intensitas interaksi di media sosial, sebagaimana ditunjukkan oleh Gleason et al., (2017) bahwa 61,1% remaja menganggap tokoh media favorit mereka sebagai “mitra hubungan”, yang menunjukkan tingkat keterlibatan emosional yang tinggi dalam hubungan satu arah ini. Kondisi ini memperlihatkan bahwa kecenderungan Hubungan Parasosial, banyak penggemar mengekspresikan kedekatan emosionalnya melalui berbagai bentuk kreativitas digital seperti, membuat konten yang menggambarkan diri seolah memiliki hubungan romantis dengan selebritas, mengedit foto bersama idola, mendesain ucapan selamat ulang tahun, atau membuat video edit yang menampilkan interaksi personal dengan figur publik tersebut (Perdana, 2023). Aktivitas semacam ini mencerminkan bagaimana

Hubungan Parasosial membentuk ilusi kedekatan yang terasa nyata meskipun bersifat satu arah.

Secara konseptual, Hubungan Parasosial mencerminkan perubahan mendasar dalam cara Generasi Z membangun dan memaknai relasi sosial di era digital (Musfirah et al., 2024). Hubungan ini ditandai oleh keterlibatan emosional yang intens, identifikasi terhadap figur publik, serta kebutuhan validasi sosial yang diperoleh melalui interaksi daring. Kondisi tersebut memperlihatkan adanya kesenjangan antara kebutuhan akan relasi sosial yang sehat dengan keterikatan emosional digital yang bersifat semu (Aw et al., 2022). Sejalan dengan temuan Apriyanti et al., (2024) fenomena ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya menjadi sarana komunikasi, tetapi juga ruang pembentukan kedekatan emosional yang dapat menimbulkan tekanan psikologis dan menurunkan kualitas interaksi sosial di dunia nyata.

Jika pada tingkat global fenomena hubungan parasosial tampak pada fandom Taylor Swift dan *Hallyu*, di Indonesia pola serupa juga muncul pada Generasi Z sebagaimana di tunjukan oleh berbagai temuan. Generasi Z yang jumlahnya diperkirakan mencapai sekitar 75 juta jiwa atau 27% populasi nasional menjadi kelompok yang paling intens menggunakan media sosial, dengan rata-rata penggunaan 3 jam 26 menit per hari. Studi kuantitatif terhadap 100 responden Gen Z menemukan bahwa 72% merasa takut tertinggal informasi atau aktivitas penting di media sosial, 71% merasa gelisah ketika tidak dapat mengakses media sosial, dan 64% mengakui bahwa fenomena Fear of Missing Out (FoMO) berdampak negatif pada kesehatan mental mereka, seperti munculnya stres, kecemasan, dan perasaan tidak memadai (Hudoyo et al., 2025) Penelitian Mellisa dan Tiatri (2024) terhadap 423 dewasa muda Indonesia menemukan bahwa interaksi parasosial dengan *influencer* TikTok berada pada tingkat yang cukup tinggi, dengan sebagian besar responden menghabiskan 2-4 jam per hari di platform tersebut, dan peneliti

menegaskan bahwa hubungan parasosial ini hanya mampu memberi rasa kedekatan semu yang tidak dapat menggantikan relasi tatap muka yang nyata.

Mengacu pada uraian tersebut, kriteria penggunaan media sosial minimal dua jam per hari berfungsi sebagai batasan atau syarat minimal. Kriteria ini untuk memastikan bahwa Generasi Z memiliki kesempatan paparan yang rutin terhadap konten dan aktivitas figur media. Batas dua jam tidak dipahami sebagai batas klinis kecanduan, ukuran universal penggunaan yang sehat, atau bukti bahwa penggunaan di atas dua jam pasti menimbulkan masalah psikologis. Penelitian terdahulu menggunakan titik dua jam untuk mengelompokkan durasi penggunaan, misalnya kurang dari dua jam, dua sampai empat jam, dan lebih dari empat jam per hari (Das et al., 2025).

Batas dua jam sebagai penyaring paparan Generasi Z yang menggunakan media sosial, kurang dari dua jam per hari tidak termasuk dalam kriteria partisipan penelitian. Penggunaan tepat dua jam telah memenuhi syarat minimum, sedangkan penggunaan lebih dari dua jam menunjukkan durasi paparan yang berada di atas batas minimum. Apabila data durasi dicatat secara lebih rinci, partisipan dapat dideskripsikan ke dalam kelompok dua sampai empat jam dan lebih dari empat jam per hari (Ahmed, 2019). Pengelompokan tersebut tidak diberi label rendah, sedang, atau tinggi karena tidak didasarkan pada norma alat ukur yang baku. Durasi juga tidak sepenuhnya menggambarkan intensitas psikologis penggunaan media sosial. Tujuan penggunaan, jenis platform, bentuk keterlibatan, serta pola penggunaan aktif atau pasif dapat menghasilkan pengalaman psikologis yang berbeda (Keum et al., 2023).

Dengan memahami hal ini, pemberitaan artikel "*Analisis 'Parasocial Interaction' di Balik Militansi Fans K-Pop Bela Idola*" menjelaskan aksi fans yang menyerbu idol NCT di bandara maupun “militansi” fans K-Pop yang agresif membela idola di media sosial juga dipahami sebagai manifestasi hubungan

parasosial yang tidak lagi sehat (Detikcom, 2022). Penelitian pada komunitas Carat di Semarang menunjukkan bahwa tingkat hubungan parasosial mereka tergolong tinggi dan berkorelasi positif secara signifikan dengan kesepian, penggemar cenderung tenggelam dalam fantasi dan perilaku obsesif sehingga terhambat menjalin kelekatan intim dengan orang nyata dan merasa kesepian serta terkucilkan (Nisa & Falah, 2024). Temuan-temuan ini mengindikasikan bahwa, bagi sebagian Generasi Z Indonesia, hubungan parasosial dengan figur idola di media digital tidak hanya memberikan hiburan dan identitas, tetapi juga berpotensi mendorong isolasi sosial, ketergantungan pada validasi online, dan kerentanan gangguan kesehatan mental.

Dari hal-hal tersebut dapat dipahami bahwa, dampak Hubungan Parasosial mencakup implikasi positif dan negatif terhadap kesehatan mental, kesejahteraan, dan interaksi sosial individu, khususnya di kalangan Generasi Z. Hubungan Parasosial dapat memberikan manfaat seperti rasa dukungan emosional, kebersamaan, dan peningkatan empati (Hoffner & Bond, 2022). Namun, dampak negatifnya lebih menonjol, seperti munculnya perasaan kehilangan, kesepian, perbandingan diri yang tidak sehat, serta ketergantungan emosional yang dapat mengganggu hubungan sosial nyata. Keterlibatan berlebihan juga memicu kecemasan dan ekspektasi tidak realistis (Jiang, 2024), serta memperkuat isolasi sosial akibat dominasi interaksi digital (Hu, 2024), secara khusus menunjukkan bahwa fenomena ini memiliki dampak ganda yang memerlukan keseimbangan dalam penggunaannya.

Dalam memahami terbentuknya Hubungan Parasosial (*parasocial relationship*) antara penggemar dan figur publik, penting untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhinya. Faktor yang berperan dalam terbentuknya Hubungan Parasosial di antaranya: 1) keterikatan media dan intensitas konsumsi, yaitu seberapa sering, lama, dan mendalam individu mengonsumsi konten idola di media sosial yang dapat memperkuat rasa kedekatan emosional (Ballantine &

Martin, 2005); 2) kesamaan dan daya tarik figur publik, di mana individu lebih mudah membentuk Hubungan Parasosial apabila merasa memiliki kesamaan nilai, pengalaman, atau kepribadian dengan idola, serta terpengaruh oleh daya tarik sosial dan fisik idola (Turner, 1993); 3) faktor psikologis individu, seperti gaya kelekatan (*attachment style*), kebutuhan afiliasi, dan tingkat kesepian yang mendorong individu mencari kedekatan emosional substitutif melalui figur publik (Tukachinsky & Stever, 2019); 4) fitur teknologi dan karakteristik platform media sosial, seperti update harian, interaksi dua arah, dan konten “*behind the scenes*” yang menciptakan ilusi hubungan timbal balik antara *fans* dan idola (Wert, 2021); serta 5) faktor demografis dan budaya, di mana usia, jenis kelamin, serta konteks sosial-budaya berpengaruh terhadap intensitas dan bentuk Hubungan Parasosial, misalnya perempuan dan remaja muda cenderung menunjukkan keterikatan emosional yang lebih tinggi terhadap figur publik di media sosial (Claessens & Van Den Bulck, 2015).

Intensitas Penggunaan Media Sosial memiliki peran penting dalam memperkuat Hubungan Parasosial antara penggemar dan idola. Paparan yang sering dan mendalam terhadap konten digital menciptakan persepsi keakraban dan kedekatan emosional yang semu, seolah-olah penggemar memiliki hubungan personal dengan figur publik yang dikagumi. Intensitas Media Sosial sendiri merujuk pada tingkat keterlibatan seseorang dalam menggunakan platform digital, mencakup waktu, perhatian, dan emosi yang diinvestasikan dalam mengakses serta berinteraksi dengan konten idola (Yan & Yang, 2021). Fenomena ini tampak jelas pada penggemar K-Pop yang menghabiskan waktu lama di platform seperti Weverse, dengan rata-rata penggunaan 250 menit per bulan (Weverse, 2023). Meskipun dapat memperkuat rasa kedekatan dan empati terhadap idola (Hoffner & Bond, 2022), keterlibatan yang berlebihan juga berisiko menimbulkan ketergantungan emosional, perasaan kehilangan, hingga penurunan kualitas relasi sosial nyata (Hu, 2024). Konsekuensinya, ketika intensitas tersebut berlebihan,

hubungan satu arah ini dapat menggantikan interaksi sosial nyata, memicu ketergantungan emosional, perasaan kehilangan, dan penurunan kualitas relasi interpersonal (Gandana & Oktaviandy, 2021). Dengan kata lain, paparan media sosial yang tinggi saja tidak cukup menjelaskan kedalaman Hubungan Parasosial. Faktor internal seperti gaya kelekatan turut memainkan peran penting dalam menentukan sejauh mana keterikatan emosional terhadap figur publik terbentuk.

Paparan berulang terhadap figur media dapat menumbuhkan rasa familiar, persepsi kesamaan, dan kedekatan subjektif pada penggemar. Media sosial memungkinkan penggemar mengikuti aktivitas, pandangan, dan kehidupan sehari-hari figur publik secara berkelanjutan melalui unggahan, video, siaran langsung, serta bentuk konten lainnya. Kondisi tersebut dapat memberikan pengalaman kedekatan tanpa tuntutan hubungan timbal balik secara langsung. Gaya kelekatan diperkirakan berkaitan dengan cara individu memaknai pengalaman tersebut dan menentukan bentuk keterlibatannya dengan figur nyata maupun karakter fiksi (Rain & Mar, 2021).

Hubungan Parasosial tidak selalu muncul sebagai pengganti hubungan interpersonal di dunia nyata. Hubungan ini juga dapat berkembang sebagai perluasan pengalaman sosial yang berkaitan dengan identifikasi, daya tarik, persepsi kesamaan, dan pola konsumsi media. Tukachinsky dan Dorros (2018) memaparkan bahwa Hubungan Parasosial tidak hanya berkaitan dengan keterbatasan hubungan sosial, tetapi juga dengan karakteristik figur media, keterlibatan terhadap konten, serta proses psikologis penggemar. Hal tersebut menunjukkan bahwa pembentukan Hubungan Parasosial melibatkan berbagai faktor yang saling berkaitan dan tidak dapat dijelaskan hanya melalui satu faktor psikologis. Tukachinsky dan Stever (2019) menjelaskan Intensitas Konsumsi Media Sosial memberikan ruang bagi individu untuk memperoleh paparan yang lebih sering terhadap figur media. Paparan tersebut selanjutnya dapat membuka peluang munculnya rasa familiar dan kedekatan subjektif dengan figur yang diikuti.

Jalur tersebut masih berupa dugaan konseptual yang perlu diuji dan tidak menunjukkan bahwa setiap individu dengan Kelekatan Tidak Aman pasti menggunakan media sosial sebagai pelarian atau membentuk Hubungan Parasosial.

Tidak dapat dipungkiri bahwa, intensitas media sosial dipengaruhi oleh pola kelekatan tidak aman, karena individu dengan kebutuhan emosional yang tidak terpenuhi seperti rasa kesepian, kebutuhan validasi, atau pencarian identitas, cenderung menggunakan media sosial secara lebih sering dan mendalam untuk memenuhi kebutuhan emosional yang tidak terpenuhi (Hsieh et al., 2019). Gaya kelekatan keluarga yang kurang aman mendorong individu, khususnya Generasi Z, untuk mencari kedekatan emosional melalui media sosial, sehingga interaksi digital dengan idola berfungsi sebagai kompensasi atas kekosongan relasi nyata (Iqbal et al., 2025). Akibatnya, kelekatan emosional ini dapat memperkuat Intensitas Konsumsi Media Sosial dan memperdalam Hubungan Parasosial, karena media menjadi sarana alternatif untuk memenuhi kebutuhan akan dukungan dan afeksi (D'Arienzo et al., 2019). Sementara itu, hingga saat ini masih sedikit penelitian yang secara komprehensif menelaah bagaimana Kelekatan Tidak Aman berperan terhadap Hubungan Parasosial dengan Intensitas Konsumsi Media Sosial sebagai mediator, khususnya pada Generasi Z Indonesia yang tumbuh dalam budaya digital. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk memahami keterkaitan antara gaya kelekatan, intensitas penggunaan media, dan hubungan parasosial dalam konteks budaya *fandom* modern.

Kelekatan Tidak Aman (*insecure attachment*) merupakan pola hubungan emosional yang terbentuk akibat pengalaman pengasuhan yang tidak konsisten, kurang responsif, atau bahkan penolakan dari figur lekat seperti orang tua (Bowlby, 1940). Individu dengan Kelekatan Tidak Aman umumnya mengalami kesulitan dalam mempercayai orang lain, takut ditolak, dan memiliki kebutuhan tinggi terhadap validasi eksternal (Bartholomew, 1990). Pola kelekatan ini membuat

seseorang cenderung mencari sumber kenyamanan dan penerimaan dari luar hubungan nyata, termasuk melalui dunia digital.

Kelekatan Tidak Aman dapat memengaruhi intensitas penggunaan media sosial karena individu dengan kelekatan ini sering kali menggunakan platform digital sebagai sarana untuk mengurangi rasa cemas, kesepian, dan kebutuhan akan kelekatan emosional yang tidak terpenuhi di dunia nyata (D'Arienzo et al., 2019). Media sosial memberikan ruang yang aman dan terkontrol untuk mengekspresikan diri tanpa takut terhadap penolakan langsung, sehingga semakin memperkuat keterlibatan emosional dan waktu yang dihabiskan di media sosial (Oldmeadow et al., 2013). Dengan demikian, semakin tinggi tingkat Kelekatan Tidak Aman yang dimiliki seseorang, semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk menggunakan media sosial secara intensif sebagai kompensasi kebutuhan afektif dan rasa aman yang tidak terpenuhi dalam relasi interpersonal.

Kelekatan Tidak Aman (*insecure attachment*) memiliki peran penting dalam membentuk cara individu berinteraksi di dunia digital, khususnya dalam penggunaan media sosial. Individu dengan Kelekatan Tidak Aman cenderung memiliki kebutuhan afektif yang tinggi terhadap penerimaan dan rasa aman, namun kesulitan membangun kedekatan yang stabil dalam hubungan nyata (Liu & Ma, 2019b). Kondisi ini mendorong mereka untuk mencari kompensasi emosional melalui dunia maya, di mana media sosial menyediakan ruang aman tanpa risiko penolakan (Wegmann & Brand, 2019). Intensitas Konsumsi Media Sosial yang tinggi sering kali menjadi sarana pelarian untuk memenuhi kebutuhan afiliasi dan validasi diri (Chen, 2019).

Penelitian sebelumnya, menunjukkan bahwa individu dengan Kelekatan Tidak Aman, baik tipe cemas maupun menghindar, memiliki kecenderungan lebih besar untuk menggunakan media sosial secara berlebihan dan menjalin Hubungan Parasosial dengan figur publik atau idola sebagai bentuk pemenuhan kebutuhan

emosional yang tidak terpenuhi dalam relasi nyata (MacNeill & DiTommaso, 2022). Hubungan ini memperlihatkan pola bahwa semakin tinggi Kelekatan Tidak Aman seseorang, semakin tinggi pula intensitas penggunaan media sosial, yang pada akhirnya meningkatkan kemungkinan terbentuknya Hubungan Parasosial. Dengan demikian, Intensitas Konsumsi Media Sosial berperan sebagai mediator yang menjembatani pengaruh kelekatan tidak aman terhadap pembentukan hubungan parasosial pada Generasi Z di era digital.

Latar belakang Kelekatan Tidak Aman pada Generasi Z juga tidak dapat ditentukan hanya berdasarkan usia, jenis kelamin, durasi penggunaan media sosial, atau jenis figur media yang disukai. Konstruk kelekatan dalam penelitian ini diidentifikasi melalui skor instrumen yang mengukur dimensi *trust*, *communication*, dan *alienation* dalam hubungan dengan figur lekat (Andriany & Triwardhani, 2025). Skor tersebut menggambarkan persepsi individu terhadap rasa percaya, kualitas komunikasi, dan pengalaman keterasingan dalam relasi. Namun, skor instrumen tidak secara langsung membuktikan adanya pola pengasuhan tertentu, konflik keluarga, penolakan, kehilangan, atau pengalaman traumatis. Informasi mengenai riwayat tersebut memerlukan pengukuran khusus atau wawancara yang lebih mendalam.

Berikutnya, penelitian Zeng dan Huang (2026) menjelaskan bahwa kelekatan tidak aman berkaitan dengan cara individu mencari kedekatan, penerimaan, dan dukungan emosional melalui media digital. Individu dengan *attachment anxiety* cenderung lebih membutuhkan validasi dan kepastian dalam hubungan, sehingga media sosial dapat menjadi salah satu ruang untuk memperoleh respons sosial dan rasa keterhubungan. Sementara itu, temuan mengenai *attachment avoidance* menunjukkan hasil yang lebih beragam karena sebagian individu cenderung menjaga jarak emosional, tetapi tetap dapat menggunakan media sosial sebagai sarana interaksi yang lebih terkontrol. Keterkaitan tersebut dapat

dipengaruhi oleh regulasi emosi, kecemasan sosial, kesepian, kebutuhan akan penerimaan, motif penggunaan media, dan karakteristik platform yang digunakan.

Penelitian Safwan dan Ali (2025) menunjukkan bahwa media sosial di kalangan generasi muda tidak hanya sebagai sarana komunikasi, tetapi juga menciptakan Hubungan Parasosial yang intens dengan tokoh media, memperkuat dominasi hubungan satu arah melalui media digital. Sementara itu, penelitian Sari et al. (2022) tentang *fandom* EXO-L di Samarinda menemukan bahwa Hubungan Parasosial mempengaruhi aspek psikologis seperti identitas pribadi dan panduan perilaku sosial, meski hubungan ini bersifat semu. Penelitian lainnya oleh Kang et al. (2025) menyatakan bahwa teknologi seperti *AI private call* dengan suara sintesis idola K-Pop dapat memperluas dimensi hubungan parasosial, menggantikan keterbatasan interaksi langsung dengan idola.

Temuan serupa juga ditemukan dalam penelitian Lotun et al. (2024), yang mengungkapkan bahwa individu dengan harga diri tinggi memandang Hubungan Parasosial sebagai sarana pemenuhan kebutuhan emosional. Sementara itu, Eichenberg et al. (2024) dan Firsta dan Ambarwati (2023) menunjukkan adanya hubungan antara gaya keterikatan tidak aman dengan adiksi media sosial serta intensitas hubungan parasosial pada penggemar K-Pop. Jin dan Le (2025) di Qatar menegaskan bahwa hubungan parasosial dengan influencer berhubungan erat dengan perilaku digital, sedangkan Christakis dan Hale (2025) menambahkan bahwa keterlibatan emosional mempengaruhi kekuatan hubungan parasosial. Penelitian ini penting untuk memahami dampak psikologis dan sosial hubungan parasosial, khususnya di kalangan Generasi Z di Indonesia, serta memberikan kontribusi dalam pengembangan literasi media dan strategi intervensi psikologis untuk penggunaan media yang lebih sehat.

Jika dilihat dari pemaparan sebelumnya, tampak bahwa Hubungan Parasosial memiliki dampak psikologis dan sosial yang kompleks, terutama pada

generasi yang sangat terpapar media digital seperti Generasi Z. Keterikatan emosional satu arah yang difasilitasi oleh media sosial dapat memberikan rasa dukungan semu, namun juga meningkatkan risiko isolasi sosial, adiksi media, dan gangguan kesejahteraan emosional apabila tidak dikelola secara sehat. Sehingga, perlunya memahami bagaimana gaya keterikatan yang tidak aman dan Intensitas Konsumsi Media Sosial berperan dalam membentuk Hubungan Parasosial, khususnya di kalangan Generasi Z di Indonesia. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam upaya pengembangan literasi media serta strategi intervensi psikologis untuk mendorong penggunaan media yang lebih sehat dan relasi sosial yang lebih seimbang.

Sejalan dengan penjelasan dan hasil penelitian terdahulu, diketahui bahwa Kelekatan Tidak Aman berhubungan dengan intensitas penggunaan media sosial, dan intensitas media sosial memiliki kaitan dengan terbentuknya Hubungan Parasosial pada individu. Namun, sejauh ini belum banyak penelitian yang menguji peran Intensitas Konsumsi Media Sosial sebagai mediator dalam hubungan antara Kelekatan Tidak Aman dan Hubungan Parasosial, khususnya pada Generasi Z di Indonesia. Oleh karena itu, peneliti ingin mengetahui apakah Intensitas Konsumsi Media Sosial dapat memediasi hubungan antara Kelekatan Tidak Aman dengan Hubungan Parasosial pada Generasi Z di Indonesia.

Berdasarkan uraian latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: Apakah terdapat hubungan antara Kelekatan Tidak Aman (*insecure attachment*) dengan Hubungan Parasosial pada Generasi Z di Indonesia, dan sejauh mana Intensitas Konsumsi Media Sosial berperan sebagai mediator dalam hubungan tersebut? Secara lebih spesifik, penelitian ini berupaya menjawab tiga pertanyaan utama, yaitu: bagaimana hubungan antara Kelekatan Tidak Aman dengan Intensitas Konsumsi Media Sosial pada Generasi Z di Indonesia, bagaimana hubungan antara Intensitas Konsumsi Media Sosial dengan Hubungan Parasosial, serta apakah Intensitas Konsumsi Media Sosial memediasi

hubungan antara Kelekatan Tidak Aman dan Hubungan Parasosial pada Generasi Z di Indonesia.

## **B. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji peran Intensitas Konsumsi Media Sosial dalam memediasi hubungan antara Kelekatan Tidak Aman dan Hubungan Parasosial pada Generasi Z di Indonesia.

## **C. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu Psikologi, khususnya dalam bidang Psikologi Sosial dan Psikologi Perkembangan. Secara teoritis, penelitian ini dapat memperluas kajian mengenai mekanisme terbentuknya Hubungan Parasosial pada Generasi Z, dengan menekankan peran Kelekatan Tidak Aman dan Intensitas Konsumsi Media Sosial sebagai faktor yang saling berkaitan. Temuan penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur mengenai dinamika hubungan semu di era digital serta memberikan kerangka konseptual baru yang dapat dijadikan acuan dalam penelitian selanjutnya pada ranah Psikologi Sosial dan Perkembangan.

### **2. Manfaat Praktis**

#### **a. Bagi Subjek Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran kepada Generasi Z mengenai bagaimana gaya kelekatan (attachment) dan Intensitas Konsumsi Media Sosial berperan dalam membentuk Hubungan Parasosial dengan idola. Dengan demikian, subjek penelitian dapat lebih memahami potensi positif maupun risiko dari keterlibatan emosional dengan figur publik di media sosial.

b. Bagi Lembaga/Instansi

Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi lembaga pendidikan, instansi kesehatan mental, maupun organisasi kepemudaan untuk menyusun program pendampingan, psikoedukasi, atau kebijakan yang mendukung penggunaan media sosial secara sehat. Dengan adanya penelitian ini, lembaga dapat lebih memperhatikan faktor kelekatan dan penggunaan media dalam membentuk kesehatan psikososial generasi muda.

c. Bagi Pembaca/Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman masyarakat luas mengenai fenomena Hubungan Parasosial pada Generasi Z. Dengan demikian, masyarakat dapat lebih bijak dalam memandang fenomena kedekatan emosional dengan figur publik di media sosial, serta menyadari pentingnya pengelolaan Intensitas Konsumsi Media Sosial dalam kehidupan sehari-hari.

d. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan dan referensi bagi penelitian berikutnya yang mengkaji lebih dalam mengenai Hubungan Parasosial, Kelekatan Tidak Aman, dan Intensitas Konsumsi Media Sosial. Temuan ini dapat digunakan sebagai pijakan untuk merancang intervensi psikologis, psikoedukasi, maupun penelitian lanjutan yang melibatkan variabel lain yang relevan, seperti kesejahteraan subjektif, regulasi emosi, atau perilaku sosial generasi muda.

#### D. Keaslian Penulisan

Tabel 1. Literature Review

| No | Nama Peneliti         | Judul                                                                                                                                                                     | Tahun | Grand Theory                                                                                                                                         | Metode Penelitian                                                                                          | Alat Ukur                                                                  | Subjek                                                                                  | Hasil Penelitian                                                                                                                                                                                                                                           |
|----|-----------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | Safwan, A. & Ali, S.  | <i>The Critical Review of Social Sciences Studies: Impact of Fanship and Parasocial Interaction on Parasocial Relationship Between Users and Social Media Influencers</i> | 2025  | Tinjauan kritis terhadap literatur PSR dan <i>fanship</i> ; mengacu pada teori-teori parasosial klasik (Horton & Wohl) dan kajian media kontemporer. | <i>Critical review / literature review</i> (tinjauan sistematis/analitis terhadap studi-studi sebelumnya). | Bukan penelitian kuantitatif; merangkum instrumen yang dipakai studi lain. | Bukan studi lapangan; berfokus pada publikasi yang dipublikasikan di rumpun ilmu sosial | Menyintesis bukti bahwa interaksi <i>fans–influencer</i> dipengaruhi oleh intensitas media, konstruk psikologis (mis. kebutuhan afiliasi), dan fitur platform; menyoroti celah penelitian metodologis (mis. kebutuhan studi longitudinal dan uji mediasi). |
| 2  | Kang, E. J., Kim, H., | <i>Can Fans Build Parasocial</i>                                                                                                                                          | 2025  | Teori perkembangan                                                                                                                                   | Kualitatif (wawancara semi-                                                                                | Panduan wawancara semi-                                                    | 15 pengguna layanan <i>AI</i>                                                           | Meskipun pengalaman                                                                                                                                                                                                                                        |

| No | Nama Peneliti                               | Judul                                                                                                                                      | Tahun | Grand Theory                                                                                                                               | Metode Penelitian                                             | Alat Ukur                                                                    | Subjek                                                                           | Hasil Penelitian                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|----|---------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    | Kim, H.,<br>Fussell, S.<br>R., & Kim,<br>J. | <i>Relationships through Idols' Simulated Voice Messages ? : A Study of AI Private Call Users' Perceptions, Cognitions, and Behaviors.</i> |       | PSR dan teori kognitif tentang otentisitas pengalaman media; kerangka perkembangan PSR (Horton & Wohl; model pembentukan PSR kontemporer). | terstruktur dengan pengguna layanan <i>AI Private Call.</i> ) | terstruktur (pertanyaan panduan untuk persepsi, kognisi, perilaku pengguna). | <i>Private Call</i> (pengguna yang mengonsumsi pesan suara sintetis idola K-Pop) | dengan suara sintetis tidak sepenuhnya menggantikan interaksi nyata, pengguna melaporkan bahwa pesan suara simulatif membantu mengisi keterbatasan akses dan dapat memicu tindakan kognitif/perilaku yang memperdalam PSR (seperti penyesuaian persepsi, norma komunitas fandom). Dalam |

| No | Nama Peneliti                                     | Judul                                                                                                                 | Tahun | Grand Theory                                                                                          | Metode Penelitian                                                                                     | Alat Ukur                                                                                                             | Subjek                                     | Hasil Penelitian                                                                                                                                                                                                                                                     |
|----|---------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |                                                   |                                                                                                                       |       |                                                                                                       |                                                                                                       |                                                                                                                       |                                            | hal ini, komunitas fandom ikut mempengaruhi pengalaman.                                                                                                                                                                                                              |
| 3  | Sari, M. P.,<br>Purwanti, S.,<br>& Nurliah,<br>N. | Efek Hubungan Parasosial Penggemar Korean Pop di Media Sosial Twitter (Studi Deskriptif pada Fandom EXO-L Samarinda). | 2022  | Teori parasosial klasik (Horton & Wohl) dan pengembangan oleh Hoffner (psikologi media dan efek PSR). | Deskriptif kualitatif dengan <i>purposive sampling</i> ; analisis konten/interaksi fandom di Twitter. | Teknik kualitatif (wawancara mendalam / analisis konten; detail instrumen tidak dipaparkan sebagai skor kuantitatif). | Anggota fandom EXO-L Samarinda, Indonesia. | Ditemukan efek PSR berupa <i>sense of companionship</i> , pembentukan identitas personal, <i>pseudo-friendship</i> , internalisasi pedoman tingkah laku, dan munculnya sikap patologis pada sebagian anggota (PSR menghasilkan kedekatan emosional meski satu arah). |

| No | Nama Peneliti                                                                              | Judul                                                                                          | Tahun | Grand Theory                                                                                                 | Metode Penelitian                                                                        | Alat Ukur                                                                                                                                                                        | Subjek                                                                            | Hasil Penelitian                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 4  | Lotun, S.,<br>Lamarche,<br>V. M.,<br>Matran-<br>Fernandez,<br>A., &<br>Sandstrom,<br>G. M. | <i>People perceive parasocial relationships to be effective at fulfilling emotional needs.</i> | 2024  | Teori fungsi hubungan (kebutuhan afiliasi & regulasi emosi) dan literatur PSR sebagai kompensator emosional. | Kuantitatif eksperimen/survei; Tiga studi terpisah, gabungan N total = 3.085 partisipan. | Survei/eksperimen pengukuran persepsi efektivitas PSR dalam memenuhi kebutuhan emosional (instrumen eksperimental & self-report; nama skala spesifik tidak disebut dalam paper). | Sampel besar lintas demografi (detail demografi tiap studi tersedia dalam paper). | Responden menilai PSR (dengan kreator YouTube dan non-YouTube) lebih efektif memenuhi kebutuhan emosional dibanding kenalan biasa, namun kurang efektif dibanding orang dekat; individu berharga diri tinggi menganggap PSR responsif saat “sociometer” diaktifkan. Menunjukkan PSR berfungsi sebagai |

| No | Nama Peneliti                              | Judul                                                                                         | Tahun | Grand Theory                                                                             | Metode Penelitian                  | Alat Ukur                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Subjek                                                          | Hasil Penelitian                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|----|--------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|-------|------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |                                            |                                                                                               |       |                                                                                          |                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                 | sumber regulasi emosi.                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| 5  | Eichenberg, C., Schneider, R., & Rumpl, H. | Social media addiction: associations with attachment style, mental distress, and personality. | 2024  | Teori attachment (gaya kelekatan) dan literatur kecanduan media / psikopatologi digital. | Kuantitatif survei cross-sectional | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Bergen Social Media Addiction Scale (BSMAS) untuk identifikasi kecanduan media sosial;</li> <li>- Bielefeld Partnership Expectations Questionnaire (BFPE) untuk attachment;</li> <li>- Brief Symptom Inventory (BSI-18) untuk mental distress;</li> <li>- Big Five Inventory-10</li> </ul> | 571 mahasiswa (mean age $\approx$ 23.6 tahun), Vienna, Austria. | Sekitar 22.7% diidentifikasi sebagai <i>addicted to social media</i> ; gaya attachment ambivalent/closed terkait signifikan dengan kecanduan media sosial dan tingkat distress lebih tinggi. Tiga kluster attachment ditemukan (secure, ambivalent-closed, ambivalent-clingy) dengan perbedaan prevalensi kecanduan dan |

| No | Nama Peneliti       | Judul                                                                                                                                 | Tahun | Grand Theory                                                                                     | Metode Penelitian                                                            | Alat Ukur                                                                                                                             | Subjek                                        | Hasil Penelitian                                                                                                                                                                                                                                                          |
|----|---------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |                     |                                                                                                                                       |       |                                                                                                  |                                                                              | (BFI-10) untuk kepribadian.                                                                                                           |                                               | profil mental health.                                                                                                                                                                                                                                                     |
| 6  | Jin, R. & Le, T. T. | <i>Attachment beyond the screen: The influences of demographic factors and parasocial relationships on social media use in Qatar.</i> | 2025  | Teori PSR dan faktor demografis dalam pola penggunaan media sosial (kontekstualisasi non-WEIRD). | Kuantitatif sekunder (analisis data sekunder), <i>Bayesian MCMC analysis</i> | Survei penggunaan media sosial, ukuran PSR (skala PSR yang dipakai dataset sekunder); variabel demografis (usia, gender, pendapatan). | 574 pengguna Instagram di Qatar (lintas usia) | PSR yang lebih kuat berasosiasi dengan durasi penggunaan media sosial yang lebih lama; interaksi PSR × demografi menunjukkan perempuan, usia muda, dan pendapatan rendah menggunakan media sosial lebih lama ketika PSR tinggi. Menegaskan peran demografi dalam dinamika |

| No | Nama Peneliti                    | Judul                                                                                | Tahun | Grand Theory                                                               | Metode Penelitian                            | Alat Ukur                                                                                                                                                                               | Subjek                                             | Hasil Penelitian                                                                                                                                                                                                                                                              |
|----|----------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|-------|----------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |                                  |                                                                                      |       |                                                                            |                                              |                                                                                                                                                                                         |                                                    | PSR→waktu penggunaan.                                                                                                                                                                                                                                                         |
| 7  | Firsta, N. P. & Ambarwati, K. D. | <i>Attachment Styles and Parasocial Relationships among K-Pop Fans in Indonesia.</i> | 2023  | Teori attachment (Bartholomew & Horowitz, 1991) dan teori PSR kontemporer. | Kuantitatif korelasional, purposive sampling | - Attachment Style Questionnaire (ASQ) (Oudenhoven, Hofstra & Bakker, adaptasi Indonesia),<br>- <i>Multidimensional Measure of Parasocial Relationship to a K-Pop Idol (MMPR-K-Pop)</i> | 378 penggemar K-Pop di berbagai wilayah Indonesia. | Korelasi positif signifikan antara fearful attachment ( $r = 0,344$ ; $p < 0,05$ ) dan preoccupied attachment ( $r = 0,130$ ; $p < 0,05$ ) dengan PSR; korelasi negatif untuk secure dan dismissing attachment terhadap PSR. Menunjukkan insecure attachment berkaitan dengan |

| No | Nama Peneliti                   | Judul                                               | Tahun | Grand Theory                                                                                                                  | Metode Penelitian        | Alat Ukur                                                        | Subjek                                            | Hasil Penelitian                                                                                                                                                                                                                             |
|----|---------------------------------|-----------------------------------------------------|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |                                 |                                                     |       |                                                                                                                               |                          |                                                                  |                                                   | tingkat PSR lebih tinggi.                                                                                                                                                                                                                    |
| 8  | MacNeill, A. L. & DiTommaso, E. | An Attachment Perspective on Favorite Media Figures | 2022  | Teori Attachment (Bowlby, 1969; Bartholomew & Horowitz, 1991) dan teori <i>Parasocial Relationship</i> (Horton & Wohl, 1956). | Kuantitatif korelasional | Relationship Questionnaire (RQ) dan Parasocial Interaction Scale | 273 partisipan dewasa muda pengguna media digital | Individu dengan anxious dan avoidant attachment memiliki kecenderungan lebih tinggi untuk membentuk hubungan parasosial dengan figur media dibanding individu secure. PSR berfungsi sebagai kompensasi emosional terhadap kebutuhan afiliasi |

| No | Nama Peneliti                        | Judul                                                                                           | Tahun | Grand Theory                                                    | Metode Penelitian        | Alat Ukur                                          | Subjek                          | Hasil Penelitian                                                                                                                                                                                                                                                   |
|----|--------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|-----------------------------------------------------------------|--------------------------|----------------------------------------------------|---------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |                                      |                                                                                                 |       |                                                                 |                          |                                                    |                                 | yang tidak terpenuhi.                                                                                                                                                                                                                                              |
| 9  | Hsieh, P.-S.,<br>Ou, J., &<br>Xu, J. | Users' Emotional Attachments to Internet Celebrities: Based on the Perspective of Extended-self | 2019  | Teori Extended Self (Belk, 1988) dan Digital Attachment Theory. | Kuantitatif eksplanatori | Emotional Attachment Scale dan Extended Self Scale | 458 pengguna aktif media sosial | Ditemukan bahwa keterikatan emosional terhadap internet celebrity terbentuk melalui kesamaan identitas dan interaksi digital. Semakin tinggi kesamaan identitas diri dengan figur media, semakin kuat keterlibatan dan loyalitas pengguna terhadap figur tersebut. |

| No | Nama Peneliti                                                  | Judul                                                                                               | Tahun | Grand Theory                                                                  | Metode Penelitian           | Alat Ukur                                                                                                        | Subjek                                     | Hasil Penelitian                                                                                                                                                                                                                          |
|----|----------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|-------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 10 | Zhou, J.,<br>Yhee, Y.,<br>Kim, E.,<br>Kim, J. Y.,<br>& Koo, C. | Sustainable<br>Tourism Cities:<br>Linking Idol<br>Attachment to<br>Sense of Place                   | 2021  | Teori<br>Attachment dan<br>Sense of Place.                                    | Kuantitatif<br>deskriptif   | Idol Attachment<br>Scale dan Sense<br>of Place<br>Questionnaire                                                  | 354 penggemar<br>K-pop di Korea<br>Selatan | Ditemukan<br>hubungan positif<br>antara idol<br>attachment dengan<br>sense of place, di<br>mana penggemar<br>mengaitkan lokasi<br>tertentu dengan<br>emosi dan identitas<br>diri mereka<br>berdasarkan<br>kelekatan terhadap<br>idolanya. |
| 11 | Liu, C. &<br>Ma, J. L.                                         | Adult<br>Attachment<br>Style, Emotion<br>Regulation, and<br>Social<br>Networking<br>Sites Addiction | 2019  | Teori<br>Attachment<br>(Bowlby, 1969)<br>dan Emotion<br>Regulation<br>Theory. | Kuantitatif<br>korelasional | Adult Attachment<br>Scale, Difficulties<br>in Emotion<br>Regulation Scale<br>(DERS), dan SNS<br>Addiction Scale. | 604 pengguna<br>aktif media<br>sosial      | Hasil penelitian<br>menunjukkan<br>bahwa anxious<br>attachment<br>berpengaruh positif<br>terhadap<br>kecanduan media                                                                                                                      |

| No | Nama Peneliti                             | Judul                                                            | Tahun | Grand Theory                                                        | Metode Penelitian        | Alat Ukur                                                     | Subjek                            | Hasil Penelitian                                                                                                                                                                 |
|----|-------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|-------|---------------------------------------------------------------------|--------------------------|---------------------------------------------------------------|-----------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |                                           |                                                                  |       |                                                                     |                          |                                                               |                                   | sosial melalui mediasi emotion <i>dysregulation</i> . Artinya, kesulitan mengelola emosi membuat individu lebih bergantung pada media sosial untuk mencari kenyamanan emosional. |
| 12 | Oldmeadow, J. A., Quinn, S., & Kowert, R. | Attachment Style, Social Skills, and Facebook Use amongst Adults | 2013  | Teori Attachment (Bowlby, 1969) dan teori komunikasi interpersonal. | Kuantitatif korelasional | Relationship Questionnaire (RQ) dan Facebook Usage Inventory. | 327 pengguna Facebook dewasa muda | Individu dengan preoccupied attachment menggunakan Facebook lebih intens untuk kebutuhan sosial, sedangkan dismissive                                                            |

| No | Nama Peneliti | Judul                                                                                            | Tahun | Grand Theory                                                                       | Metode Penelitian | Alat Ukur                                                       | Subjek                          | Hasil Penelitian                                                                                                                                                    |
|----|---------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|-----------------------------------------------------------------|---------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |               |                                                                                                  |       |                                                                                    |                   |                                                                 |                                 | cenderung menghindari keterlibatan digital. Menunjukkan bahwa gaya kelekatan memengaruhi pola interaksi daring.                                                     |
| 13 | Chen, A.      | From Attachment to Addiction: The Mediating Role of Need Satisfaction on Social Networking Sites | 2019  | Teori Attachment (Bowlby, 1969) dan Self-Determination Theory (Deci & Ryan, 1985). | Kuantitatif (SEM) | Attachment Scale, Need Satisfaction Scale, SNS Addiction Scale. | 689 pengguna aktif media sosial | Kelekatan tidak aman memengaruhi kecanduan SNS melalui ketidakpuasan kebutuhan psikologis (autonomy, competence, relatedness). Media sosial menjadi kompensasi atas |

| No | Nama Peneliti                              | Judul                                                                                        | Tahun | Grand Theory                                                       | Metode Penelitian  | Alat Ukur                                                              | Subjek                               | Hasil Penelitian                                                                                                                                                                                                                                          |
|----|--------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|-------|--------------------------------------------------------------------|--------------------|------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |                                            |                                                                                              |       |                                                                    |                    |                                                                        |                                      | kebutuhan emosional yang tidak terpenuhi.                                                                                                                                                                                                                 |
| 14 | Eichenberg, C., Schneider, R., & Rumpl, H. | Social Media Addiction: Associations with Attachment Style, Mental Distress, and Personality | 2024  | Teori Attachment (Bowlby, 1969) dan Personality Theory (Big Five). | Kuantitatif survei | Bergen Social Media Addiction Scale (BSMAS), BFPE, BFI-10, dan BSI-18. | 571 mahasiswa universitas di Austria | 22,7% partisipan menunjukkan gejala adiksi media sosial. Gaya kelekatan ambivalen tertutup (ambivalent closed attachment) berkorelasi dengan adiksi lebih tinggi serta tingkat kecemasan dan depresi yang signifikan. Menegaskan hubungan antara insecure |

| No | Nama Peneliti                                                   | Judul                                                                    | Tahun | Grand Theory                                                                             | Metode Penelitian     | Alat Ukur                               | Subjek                                   | Hasil Penelitian                                                                                                                                                                                                                                         |
|----|-----------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|-------|------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------------------------|------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |                                                                 |                                                                          |       |                                                                                          |                       |                                         |                                          | attachment dan kecanduan media sosial.                                                                                                                                                                                                                   |
| 15 | Musfirah, U., Larasakti, H., Putri, H., Nst, A., & Tazkiyah, N. | Analysis of Z Generation Group Communication Dynamics in the Digital Era | 2023  | Teori <i>Computer-Mediated Communication (CMC)</i> dan dinamika kelompok sosial digital. | Deskriptif kualitatif | Wawancara mendalam dan observasi daring | Mahasiswa dan pelajar Gen Z di Indonesia | Hasil menunjukkan bahwa Generasi Z lebih memilih komunikasi digital dibandingkan tatap muka langsung, dengan kecenderungan membangun koneksi emosional secara online. Pola ini memperkuat fenomena keterikatan digital dan potensi terbentuknya hubungan |

| No | Nama Peneliti | Judul | Tahun | Grand Theory | Metode Penelitian | Alat Ukur | Subjek | Hasil Penelitian               |
|----|---------------|-------|-------|--------------|-------------------|-----------|--------|--------------------------------|
|    |               |       |       |              |                   |           |        | parasosial dengan figur media. |



## 1. Keaslian Topik.

Topik mengenai hubungan antara Kelekatan Tidak Aman dan Hubungan Parasosial telah banyak dikaji oleh peneliti sebelumnya, misalnya oleh Firsta dan Ambarwati (2023) yang meneliti hubungan gaya kelekatan dengan Hubungan Parasosial pada penggemar K-Pop di Indonesia, serta Eichenberg et al. (2024) yang meneliti hubungan antara gaya kelekatan dan adiksi media sosial. Namun, penelitian-penelitian terdahulu tersebut belum menguji secara langsung peran Intensitas Konsumsi Media Sosial sebagai variabel mediator antara Kelekatan Tidak Aman dan Hubungan Parasosial, khususnya dalam konteks Generasi Z di Indonesia. Oleh karena itu, meskipun variabel-variabel yang digunakan telah banyak dikaji secara terpisah, kombinasi ketiga variabel tersebut dalam satu model penelitian dengan konteks budaya digital Indonesia merupakan hal baru, sehingga topik penelitian ini memiliki keaslian pada aspek model hubungan dan konteks subjeknya.

## 2. Keaslian Teori

Penelitian ini menggunakan teori kelekatan dari Armsden dan Greenberg (1987) untuk menjelaskan dimensi *trust*, *communication*, dan *alienation*. Sementara itu, teori Hubungan Parasosial mengacu pada Horton dan Richard Wohl (1956) yang menjelaskan ilusi kedekatan emosional satu arah antara audiens dan figur media. Selain itu, penelitian ini juga mengintegrasikan teori *Uses and Gratifications* dari Katz et al. (1973) serta konsep *Social Media Use Integration Scale* (SMUIS) dari Jenkins-Guarnieri et al. (2013) untuk menjelaskan mekanisme intensitas konsumsi media sosial sebagai mediator. Dengan demikian, teori yang digunakan tidak sepenuhnya baru, tetapi penelitian ini menampilkan sintesis teoritis antara teori kelekatan, teori hubungan parasosial, dan teori penggunaan media sosial yang belum pernah diuji secara bersamaan sebelumnya. Maka, keaslian teori terletak pada perpaduan kerangka konseptual yang digunakan, bukan pada teori dasarnya.

### 3. Keaslian Alat Ukur

Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini seluruhnya merupakan hasil adaptasi dari instrumen yang telah dikembangkan oleh peneliti terdahulu. Variabel kelekatan tidak aman diukur menggunakan skala *Inventory of Parent and Peer Attachment* (IPPA) adaptasi Bahasa Indonesia oleh (Safaria et al., 2024), skala ini menilai aspek *trust*, *communication*, dan *alienation*. Variabel intensitas konsumsi media sosial diukur menggunakan *Social Media Use Integration Scale* (SMUIS) milik Jenkins-Guarnieri et al. (2013) yang telah banyak digunakan dalam penelitian lintas budaya. Sementara itu, variabel hubungan parasosial diukur dengan *Multiple Parasocial Relationship Scale* (M-PSR) adaptasi Bahasa Indonesia dari instrumen asli Tukachinsky (2010). Peneliti tidak menyusun alat ukur baru maupun melakukan adaptasi budaya dari nol, melainkan menggunakan versi adaptasi yang telah tersedia. Oleh karena itu, dari sisi alat ukur, penelitian ini tidak memiliki keaslian, tetapi tetap memiliki nilai validitas metodologis karena menggunakan instrumen yang telah teruji secara empiris.

### 4. Keaslian Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah Generasi Z di Indonesia, yaitu kelompok usia muda yang tumbuh dalam era digital dan memiliki karakteristik unik dalam penggunaan media sosial. Sebagian besar penelitian terdahulu menggunakan subjek terbatas pada *fandom* tertentu, seperti penggemar K-Pop atau influencer spesifik, sedangkan penelitian ini melibatkan populasi Generasi Z secara lebih luas tanpa batasan pada jenis *fandom* tertentu. Dengan demikian, dari sisi karakteristik subjek, penelitian ini memiliki tingkat keaslian moderat, karena meneliti kelompok populasi yang berbeda dari penelitian sebelumnya namun masih dalam ranah fenomena yang sama.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan pada bab sebelumnya mengenai hubungan Kelekatan Tidak Aman (insecure attachment) terhadap Hubungan Parasosial dengan Intensitas Konsumsi Media Sosial sebagai variabel mediator pada Generasi Z di Indonesia, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kelekatan Tidak Aman memiliki hubungan negatif dan signifikan terhadap Intensitas Konsumsi Media Sosial pada Generasi Z di Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat Kelekatan Tidak Aman, semakin rendah intensitas individu dalam menggunakan media sosial; sebaliknya, semakin rendah Kelekatan Tidak Aman, semakin tinggi intensitas penggunaannya.
2. Intensitas Konsumsi Media Sosial memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap Hubungan Parasosial. Artinya, semakin tinggi Intensitas Konsumsi Media Sosial, semakin kuat kecenderungan individu untuk membentuk Hubungan Parasosial dengan figur media.
3. Kelekatan Tidak Aman tidak memiliki hubungan langsung yang signifikan terhadap Hubungan Parasosial setelah Intensitas Konsumsi Media Sosial dimasukkan ke dalam model. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh Kelekatan Tidak Aman terhadap Hubungan Parasosial tidak bekerja secara langsung, melainkan sepenuhnya bergantung pada peran variabel mediator.
4. Intensitas Konsumsi Media Sosial terbukti berperan secara penuh sebagai mediator dalam hubungan antara Kelekatan Tidak Aman dan Hubungan Parasosial. Hasil penelitian menunjukkan adanya efek tidak langsung yang signifikan dengan pola

*indirect-only mediation* (mediasi total), yang berarti pengaruh Kelekatan Tidak Aman terhadap Hubungan Parasosial sepenuhnya bekerja melalui penurunan Intensitas Konsumsi Media Sosial.

5. Hasil analisis tambahan menunjukkan tidak terdapat perbedaan Hubungan Parasosial yang signifikan berdasarkan jenis kelamin maupun jenis figur media yang diikuti oleh partisipan. Sementara itu, perbedaan Hubungan Parasosial berdasarkan durasi harian penggunaan media sosial juga tidak signifikan, meskipun kecenderungan nilainya mendekati ambang signifikansi, sehingga faktor demografis dan pola perilaku tersebut belum terbukti berperan besar dalam membedakan tingkat Hubungan Parasosial pada Generasi Z dalam penelitian ini.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, beberapa saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

### **1. Bagi Subjek Penelitian**

Subjek penelitian diharapkan dapat lebih menyadari pola penggunaan media sosial yang dilakukan sehari-hari, mengingat tingginya Intensitas Konsumsi Media Sosial terbukti berkaitan dengan menguatnya Hubungan Parasosial terhadap figur media. Subjek juga disarankan untuk memperhatikan kualitas kelekatan interpersonalnya di dunia nyata, sebab individu dengan Kelekatan Tidak Aman cenderung menarik diri dari interaksi sosial termasuk di ranah digital, sehingga penting untuk tetap membangun dan menjaga relasi sosial yang bermakna, baik secara langsung maupun daring, agar keseimbangan psikologis tetap terjaga.

### **2. Bagi Orang Tua**

Orang tua diharapkan dapat meningkatkan kualitas kelekatan emosional dengan anak, terutama dalam bentuk komunikasi yang terbuka dan dukungan psikologis yang konsisten. Kelekatan yang aman dapat membantu individu mengembangkan kepercayaan dan keterbukaan dalam berelasi,

sehingga mengurangi kecenderungan menarik diri dari interaksi sosial maupun ketergantungan berlebihan pada relasi semu di media sosial sebagai sumber pemenuhan kebutuhan emosional.

### 3. Bagi Sekolah

Pihak sekolah disarankan untuk memperkuat program bimbingan dan konseling yang berfokus pada literasi digital dan kesehatan mental remaja. Sekolah juga dapat mengembangkan program psikoedukasi terkait pola kelekatan yang sehat serta penggunaan media sosial yang seimbang, termasuk membantu siswa dengan kecenderungan menarik diri agar tetap mampu membangun relasi sosial yang suportif.

### 4. Bagi Penggemar

Penggemar diharapkan dapat membangun hubungan yang lebih sadar terhadap figur media yang diikuti. Hubungan Parasosial sebaiknya dipahami sebagai bentuk konsumsi media, bukan hubungan interpersonal yang bersifat timbal balik. Penggemar juga disarankan untuk tetap menjaga batas psikologis, tidak menjadikan figur media sebagai satu-satunya sumber emosi atau identitas diri, serta tetap mengembangkan relasi sosial di dunia nyata secara seimbang.

### 5. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi Hubungan Parasosial, seperti kesepian, self-esteem, kebutuhan afiliasi, dan identifikasi diri. Penelitian juga dapat dilakukan dengan pendekatan metode campuran (mixed methods) untuk memperdalam pemahaman terhadap dinamika psikologis yang terjadi dalam Hubungan Parasosial.

Mengingat temuan penelitian ini menunjukkan arah hubungan negatif antara Kelekatan Tidak Aman dan Intensitas Konsumsi Media Sosial berbeda dari asumsi kompensasi psikologis yang umum ditemukan pada penelitian sebelumnya, penelitian selanjutnya disarankan untuk membedakan dimensi kelekatan tidak aman secara lebih spesifik (misalnya *anxious* dan *avoidant*) untuk melihat apakah

keduanya memiliki arah pengaruh yang berbeda terhadap Intensitas Konsumsi Media Sosial. Selain itu, mengingat hasil analisis tambahan pada penelitian ini belum menemukan perbedaan signifikan berdasarkan jenis kelamin, figur media, dan durasi penggunaan harian, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas variasi sampel serta mempertimbangkan variabel demografis atau perilaku lain yang lebih spesifik guna menggali kemungkinan perbedaan tersebut secara lebih mendalam.



## DAFTAR PUSTAKA

- Alisya, V., Nurhayati, S., & Febrianno Boer, R. (2023). *Study Of Parasocial Interaction Between Bangtan Boys (Bts) And Army In Indonesia: The Meaning Of One-Way Closeness Between Fans And Idols*. <https://injurity.pusatpublikasi.id/index.php/in>
- Ateş, A., Sunar, H., & Erdem, B. (2024). The Generation Z's Trust in Digital Influencers on Unplanned Purchase Behavior. *Galactica Media: Journal of Media Studies*, 6(4), 350–373. <https://doi.org/10.46539/gmd.v6i4.499>
- Audiense. (2022, Januari 11). The Audience of Taylor Swift's 'Red (Taylor's Version)'. Audiense Resources. Diakses pada tanggal 09 Oktober 2025 dari <https://resources.audiense.com/en/blog/taylor-swift-red-album-success-what-you-can-learn>
- Aw Eugene Cheng-Xi, Tan Wei-Han Garry, & Chuah Hui-Wen Stephanie. (2022). *Be My Friend! Fostering Parasocial Relationships with Social Media Influencers: Findings from PLS-SEM and fsQCA*.
- Bartholomew, K. (1990). Avoidance of Intimacy: An Attachment Perspective. *Journal of Social and Personal Relationships*, 7(2), 147–178. <https://doi.org/10.1177/0265407590072001>
- Baumeister, R. F., & Leary, M. R. (1995). *The Need to Belong: Desire for Interpersonal Attachments as a Fundamental Human Motivation*.
- Brittani Wert. (2021). *Fandom in the Digital Age: Examining Parasocial Relationships Between Fans and Music Artists on Instagram*. <https://doi.org/10.15760/honors.1177>
- Bronfenbrenner, U. (with Cole, M.). (2009). *The Ecology of Human Development: Experiments by Nature and Design*. Harvard University Press. <https://doi.org/10.4159/9780674028845>
- Chen, A. (2019). From attachment to addiction: The mediating role of need satisfaction on social networking sites. *Computers in Human Behavior*, 98, 80–92. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.03.034>
- Cheng, J., Burke, M., & Davis, E. G. (2019). Understanding Perceptions of Problematic Facebook Use: When People Experience Negative Life Impact and a Lack of

- Control. *Proceedings of the 2019 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 1–13. <https://doi.org/10.1145/3290605.3300429>
- Christakis, D. A., & Hale, L. (2024). *Handbook of Children and Screens Digital Media, Development, and Well-Being from Birth Through Adolescence*.
- Claessens, N., & van den Bulck, H. (2015). Parasocial relationships with audiences' favorite celebrities: The role of audience and celebrity characteristics in a representative Flemish sample. *Communications*, 40(1), 43–65. <https://doi.org/10.1515/commun-2014-0027>
- Coolican Hugh. (2023). *pakai inii = Hugh Coolican - Research Methods and Statistics in Psychology (2024, Routledge) - libgen.li\_compressed*.
- D'Arienzo, M. C., Boursier, V., & Griffiths, M. D. (2019). Addiction to Social Media and Attachment Styles: A Systematic Literature Review. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 17(4), 1094–1118. <https://doi.org/10.1007/s11469-019-00082-5>
- Dibble, J. L., Hartmann, T., & Rosaen, S. F. (2016). Parasocial Interaction and Parasocial Relationship: Conceptual Clarification and a Critical Assessment of Measures. *Human Communication Research*, 42(1), 21–44. <https://doi.org/10.1111/hcre.12063>
- Eichenberg, C., Schneider, R., & Rimpl, H. (2024). Social media addiction: associations with attachment style, mental distress, and personality. *BMC Psychiatry*, 24(1). <https://doi.org/10.1186/s12888-024-05709-z>
- Esa perdana, K. (2023). A Descriptive Analysis of Parasocial Interactions of Korean-Pop Fans on Indonesian Social Media. *Indonesian Journal of Contemporary Multidisciplinary Research*, 2(5), 859–872. <https://doi.org/10.55927/modern.v2i5.5523>
- Fan, X., Shamshudeen, R. I., & Rahamad, M. S. (2024). The Guiding Role of Social Media in the Socialization of Celebrity Fans. *Studies in Media and Communication*, 12(2), 50. <https://doi.org/10.11114/smc.v12i2.6608>
- Firanaya Ramadhani, A., Chusnulitta Jatnika, D., Ilmu Kesejahteraan Sosial, D., & Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, F. (2025). *Dinamika Interaksi Sosial Remaja Di Era Digital Dan Peran Pekerja Sosial*. <https://doi.org/10.40159/Share.V14i2.59963>
- Firsta S, N. P. A., & Ambarwati, K. D. (2023). Attachment Styles and Parasocial Relationships among K-Pop Fans in Indonesia. *Bisma The Journal of Counseling*, 7(3), 355–364. <https://doi.org/10.23887/bisma.v7i3.70440>

- Fraley, R. C., Waller, N. G., & Brennan, K. A. (2000). An item response theory analysis of *self-report* measures of adult attachment. *Journal of Personality and Social Psychology*, 78(2), 350–365. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.78.2.350>
- Fritz, M. S., & MacKinnon, D. P. (2003). *Required Sample Size to Detect the Mediated Effect* (Vol. 18). Shrout & Bolger.
- Gandana, I., & Oktaviandy, R. (2021). Social Media use among Indonesia's Generation Z: A Case of University Students in Bandung, West Java. *Komunitas*, 13(2), 168–178. <https://doi.org/10.15294/komunitas.v13i2.28856>
- Giles, D. C. (2002). Parasocial interaction: A review of the literature and a model for future research. In *Media Psychology* (Vol. 4, Issue 3, pp. 279–305). Lawrence Erlbaum Associates Inc. [https://doi.org/10.1207/S1532785XMEP0403\\_04](https://doi.org/10.1207/S1532785XMEP0403_04)
- Gleason, T. R., Theran, S. A., & Newberg, E. M. (2017). Parasocial interactions and relationships in early adolescence. *Frontiers in Psychology*, 8(FEB). <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.00255>
- Gucci, Y. C., Putri, K. Y. S., & Sutjipto, V. W. (2024). Analysis of Interpersonal Communication Patterns in K-POP Fans' Parasocial Interactions. *Journal of Media, Culture and Communication*, 42, 1–7. <https://doi.org/10.55529/jmcc.42.1.7>
- Hana Apriyanti, Ira Safaat Aeni, Reva Sila Kinaya, Nasywa Hasna Nabilla, April Laksana, & Lika Mulki Latief. (2024). Keterlibatan Penggunaan Media Sosial pada Interaksi Sosial di Kalangan Gen Z. *Sosial Simbiosis : Jurnal Integrasi Ilmu Sosial Dan Politik*, 1(4), 229–237. <https://doi.org/10.62383/sosial.v1i4.929>
- Harris Cooper. (2023). *APA Handbook of Research Methods in Psychology Research designs, quantitative, qualitative, neuropsychological, and biological* (Harris M. Cooper) (Z-Library).
- Hashim, S., Stewart, L., Küssner, M. B., & Omigie, D. (2023). Music listening evokes story-like visual imagery with both idiosyncratic and shared content. *PLoS ONE*, 18(10 October). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0293412>
- Hayes, A. F. (2018). Partial, conditional, and moderated moderated mediation: Quantification, inference, and interpretation. *Communication Monographs*, 85(1), 4–40. <https://doi.org/10.1080/03637751.2017.1352100>
- Herawati, I., Hoesni, S. M., Manap, J., & Mohd Khatib, N. A. (2023). A Qualitative Study: Exploring Marital Readiness among Generation Z. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 13(12). <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v13-i12/20107>

- Hoffner, C. A., & Bond, B. J. (2022). Parasocial relationships, social media, & well-being. In *Current Opinion in Psychology* (Vol. 45). Elsevier B.V. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2022.101306>
- Horton, D., & Richard Wohl, R. (1956). Mass Communication and Para-Social Interaction. *Psychiatry*, 19(3), 215–229. <https://doi.org/10.1080/00332747.1956.11023049>
- Hsieh, P.-S., Ou, J., & Xu, J. (2019). *Users' Emotional Attachments to Internet Celebrities: Based on the Perspective of Extended-self*. <https://hdl.handle.net/10125/59695>
- Hu, J. (2024). The Impact of the Formation of Virtual Intimate Relationships Between Generation Z Women and Idol Drama Stars on Their Behavior in the Internet Era. *Lecture Notes in Education Psychology and Public Media*, 39(1), 76–82. <https://doi.org/10.54254/2753-7048/39/20240675>
- Jayatissa, K. A. D. U. (2023). Generation Z – A New Lifeline: A Systematic Literature Review. *Sri Lanka Journal of Social Sciences and Humanities*, 3(2), 179–186. <https://doi.org/10.4038/sljssh.v3i2.110>
- Jenkins-Guarnieri, M. A., Wright, S. L., & Johnson, B. (2013). Development and validation of a social media use integration scale. *Psychology of Popular Media Culture*, 2(1), 38–50. <https://doi.org/10.1037/a0030277>
- Jiang, H. (2024). *Parasocial Relationships and Political Interest during Adolescence*. <https://doi.org/10.31124/advance.172223120.03113840/v1>
- Jin, R., & Le, T. T. (2025). Attachment beyond the screen: The influences of demographic factors and parasocial relationships on social media use in Qatar. *PLOS ONE*, 20(6 June). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0326685>
- John Bowlby. (1958). *Bowlby-Nature*.
- Kang, E. J., Kim, H., Kim, H., Fussell, S. R., & Kim, J. (2025). Can Fans Build Parasocial Relationships through Idols' Simulated Voice Messages?: A Study of AI Private Call Users' Perceptions, Cognitions, and Behaviors. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 9(2). <https://doi.org/10.1145/3711111>
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (n.d.). *Uses And Gratifications Research*. [Http://Poq.Oxfordjournals.Org/](http://Poq.Oxfordjournals.Org/)
- Korea Foundation. (2023). Global 'Hallyu' Fans Exceed 178 Million (Newsletter). Diakses pada tanggal 09 Oktober 2025 dari <https://en.weverse.co/news/?bmode=view&idx=17441876>

- Lakens, D. (2022). Sample Size Justification. In *Collabra: Psychology* (Vol. 8, Issue 1). University of California Press. <https://doi.org/10.1525/collabra.33267>
- Li, M., Jiaqi, M., Yaowen, L., Yaxuan, S., Jiaxin, D., Yuzhe, T., Yilong, Z., & Yang, Y. (2024). Gendered Manifestations of Para-social Interactions between Female Fans and Male Idols in China. In *International Journal of Education and Humanities* (Vol. 14, Issue 2).
- Liu, C., & Ma, J. L. (2019). Adult attachment style, emotion regulation, and social networking sites addiction. *Frontiers in Psychology*, 10(OCT). <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.02352>
- Lotun, S., Lamarche, V. M., Matran-Fernandez, A., & Sandstrom, G. M. (2024). People perceive parasocial relationships to be effective at fulfilling emotional needs. *Scientific Reports*, 14(1). <https://doi.org/10.1038/s41598-024-58069-9>
- MacNeill, A. L., & DiTommaso, E. (2021). An Attachment Perspective on Favorite Media Figures. *Psychological Reports*, 125(3), 1457–1468. <https://doi.org/10.1177/00332941211002142>
- Meng-Lewis, Y., Xian, H., Lewis, G., & Zhao, Y. (2021). “Enthusiastic Admiration Is the First Principle of Knowledge and Its Last”: A Qualitative Study of Admiration for the Famous. *SAGE Open*, 11(2). <https://doi.org/10.1177/21582440211006730>
- Musfirah, U., Larasakti, H., Putri, H., Nst, A., & Tazkiyah, N. (2023). *Analysis of Z Generation Group Communication Dynamics in the Digital Era*.
- Nasir, I., Bukhari, S. H. J., & Ashfaq, M. (2025). Celebrity culture and the psychology of parasocial relationships in the age of Instagram and TikTok. *Review Journal of Social Psychology & Social Works*, 3(3), 366–386. <https://doi.org/10.71145/rjsp.v3i3.325>
- Nguyen, T. M., Khadadeh, M., & Jeong, D. C. (2023, April 12). Shippers and Kinnies: Reconceptualizing Parasocial Relationships with Fictional Characters in Contemporary Fandom. *ACM International Conference Proceeding Series*. <https://doi.org/10.1145/3582437.3582476>
- Niu, S., Manon, H. S., Bartolome, A., Ha, N. B., & Veazey, K. (2022). Close-up and Whispering: An Understanding of Multimodal and Parasocial Interactions in YouTube ASMR videos. *CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 1–18. <https://doi.org/10.1145/3491102.3517563>
- Oldmeadow, J. A., Quinn, S., & Kowert, R. (2013). Attachment style, social skills, and Facebook use amongst adults. *Computers in Human Behavior*, 29(3), 1142–1149. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.10.006>

- Papacharissi, Z., & Rubin, A. M. (2000). Predictors of internet use. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 44(2), 175–196. [https://doi.org/10.1207/s15506878jobem4402\\_2](https://doi.org/10.1207/s15506878jobem4402_2)
- Pohan, S., & Gustiana, Z. N. (2023). Fenomena Fanwar Dan Fanatisme Antar Fandom K-Pop Di Media Sosial Twitter. *Semar : Jurnal Sosial Dan Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 10–16. <https://doi.org/10.59966/semar.v1i03.218>
- Rahmawati, M. (2026). *Optimalisasi Strategi Media Sosial dalam Meningkatkan Keterlibatan Digital Generasi Z*.
- Revilla, A. (2025). *More Than A Follow: The Role Of Parasocial Relationships To Gen-Z In Social Media*.
- Rubin, R. B., & McHugh, M. P. (1987). Development of Parasocial Interaction Relationships. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 31(3), 279–292. <https://doi.org/10.1080/08838158709386664>
- Safwan, A., & Ali, S. (2025). The Critical Review of Social Sciences Studies Impact of *Fanship* and Parasocial Interaction on Parasocial Relationship Between Users and Social Media Influencers The Critical Review of Social. *Sciences Studies*, 3(3), 2025. <https://thecrsss.com/index.php/Journal/about>
- Sari, M. P., Purwanti, S., & Nurliah, N. (2022). Efek Hubungan Parasosial Penggemar Korean Pop Di Media Sosial Twitter (Studi Deskriptif pada Fandom EXO-L Samarinda). *Mediakom*, 5(2), 145–164. <https://doi.org/10.32528/mdk.v5i2.7876>
- Schramm, H., Liebers, N., Biniak, L., & Dettmar, F. (2024). Research trends on parasocial interactions and relationships with media characters. A review of 281 English and German-language studies from 2016 to 2020. *Frontiers in Psychology*, 15, 1418564. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1418564>
- Shaver, P. R. (1998). *Self-report measurement of adult attachment: An integrative overview*. <https://www.researchgate.net/publication/301325948>
- Siswoyo, A. O., Daranindra, K. C., & Abidin, Z. (2024). Relasi Parasosial pada Perempuan Dewasa Awal Penggemar Idola K-Pop. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 24(1), 198. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v24i1.4966>
- Sutardi, A. A., Pradana, Y., & Nugrahani, R. U. (2024). Identitas Komunikasi Penggemar K-Pop Di Media Sosial X. *Jurnal Komunikasi Global*, 13(2), 2024.
- Syawal, M. S. (2023). *Parasocial Intimacy And Fan Culture With K-Pop Artists In Indonesian Digital Media: A Study Of Fan-Idol Relationships On Social Media Platforms*. 2(11).

<https://edunity.publikasikupublisher.com1383https://edunity.publikasikupublisher.com/index.php/Edunity/index>

- Tim Cole, & Laura Leets. (1999). *cole-leets-1999-attachment-styles-and-intimate-television-viewing-insecurely-forming-relationships-in-a-parasocial-way*.
- Tukachinsky, R. (2010). *Para-Romantic Love and Para-Friendships: Development and Para-Romantic Love and Para-Friendships: Development and Assessment of a Multiple-Parasocial Relationships Scale Assessment of a Multiple-Parasocial Relationships Scale*. [https://digitalcommons.chapman.edu/comm\\_articles](https://digitalcommons.chapman.edu/comm_articles)
- Tukachinsky, R., & Dorros, S. M. (2018). Parasocial romantic relationships, romantic beliefs, and relationship outcomes in USA adolescents: rehearsing love or setting oneself up to fail? *Journal of Children and Media*, 12(3), 329–345. <https://doi.org/10.1080/17482798.2018.1463917>
- Tukachinsky, R., & Stever, G. (2019). Theorizing Development of Parasocial Engagement. *Communication Theory*, 29(3), 209–230. <https://doi.org/10.1093/ct/qty032>
- Turner, J. R. (1993). Interpersonal and Psychological Predictors of Parasocial Interaction with Different Television Performers. *Communication Quarterly*, 41(4), 443–453. <https://doi.org/10.1080/01463379309369904>
- Vidyas Ulandari, K., Ni, A., Rohmah, matu, Studi Ilmu Komunikasi, P., Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, F., Mulawarman, U., Samarinda, K., & Kalimantan Timur, P. (2024). Hubungan Parasosial Army di Weverse (Studi Pada Komunitas Army Balikpapan). In *Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika dan Komunikasi (JIMIK)* (Vol. 5, Issue 2). <https://journal.stmiki.ac.id>
- Wang, Y., Aledavood, T., & Kulshrestha, J. (2025). *Lonely Individuals Show Distinct Patterns of Social Media Engagement* (arXiv:2510.06733). arXiv. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2510.06733>
- Wegmann, E., & Brand, M. (2019). A narrative Overview About Psychosocial Characteristics as Risk Factors of a Problematic Social Networks Use. In *Current Addiction Reports* (Vol. 6, Issue 4, pp. 402–409). Springer. <https://doi.org/10.1007/s40429-019-00286-8>
- Weverse Company. (2023, 21 Desember). WEVERSE announces global insight into fan engagement: 2023 Weverse Fandom Trend. Diakses pada tanggal 09 Oktober 2025 dari <https://en.weverse.co/news/?bmode=view&idx=17441876>
- Yaakobi, E., & Goldenberg, J. (2014). Social relationships and information dissemination in virtual social network systems: An attachment theory perspective. *Computers in Human Behavior*, 38, 127–135. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.05.025>

- Yirou Wang. (2023). Popular Culture Collecting: A Common Phenomenon among Fans. *Academic Journal of Humanities & Social Sciences*, 6(21). <https://doi.org/10.25236/ajhss.2023.062120>
- Young, L., Kolubinski, D. C., & Frings, D. (2020). Attachment style moderates the relationship between social media use and user mental health and wellbeing. *Heliyon*, 6(6), e04056. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e04056>
- Zafina, N., & Sinha, A. (2024). Celebrity-fan relationship: studying Taylor Swift and Indonesian Swifties' parasocial relationships on social media. *Media Asia*, 51(4), 533–547. <https://doi.org/10.1080/01296612.2024.2304422>
- Zeng, M., & Huang, L. (2026). Insecure attachment and problematic social media use: The chain mediating role of social support and social anxiety. *Frontiers in Psychology*, 17, 1764295. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2026.1764295>
- Zhao, Y. (2022). Analysis of the Social Impact of Fandom Culture in “Idol” Context. *Advances in Journalism and Communication*, 10(04), 377–386. <https://doi.org/10.4236/ajc.2022.104022>
- Zheng, W. (2024). The Influence of Parasocial Relations on Contemporary Chinese Young Women's Idol Worship: A Study on Fan Culture. *Lecture Notes in Education Psychology and Public Media*, 52(1), 31–35. <https://doi.org/10.54254/2753-7048/52/20241526>
- Zhou, J., Yhee, Y., Kim, E., Kim, J. Y., & Koo, C. (2021). Sustainable tourism cities: Linking idol attachment to sense of place. *Sustainability (Switzerland)*, 13(5), 1–21. <https://doi.org/10.3390/su13052763>