

Kode>Nama Rumpun: 803/Bimbingan dan Konseling

**LAPORAN TERAKHIR
PENELITIAN MANDIRI**



**INTENSITAS INTERAKSI PARASOSIAL
MAHASISWA MENONTON DRAMA KOREA
SELAMA TINGGAL DI RUMAH PADA MASA PANDEMI
Tahun ke 1 dari rencana 1 tahun 2020**

Ketua Tim Peneliti:

Muhammad Andri Setiawan (NIDK. 8828810016)

Nina Permata Sari (NIDN. 2078005)

Deasy Arisanty (NIDN. 20128101)

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT

Desember 2020

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Penelitian : Intensitas Interaksi Parasosial Mahasiswa Menonton Drama Korea Selama Tinggal di Rumah pada Masa Pandemi

Panitia/Pelaksana :

Nama Lengkap : Muhammad Andri Setiawan
NIDK : 8828810016
Jabatan Fungsional : Asisten Ahli
Program Studi : Bimbingan dan Konseling
Nomor HP : 085280259147
Alamat surel (e-mail) : andri.bk@ulm.ac.id

Anggota (1) :

Namal Lengkap : Nina Permata Sari
NIDK : 2078005
Perguruan Tinggi : Universitas Lambung Mangkurat

Anggota (2) :

Nama Lengkap : Deasy Arisanty
NIDN : 20128101
Perguruan Tinggi : Universitas Lambung Mangkurat

Tahun Pelaksanaan : Tahun ke 1 dari rencana 1 tahun 2020

Biaya Tahun Berjalan : Rp. 5.000.000,-

Biaya Keseluruhan : Rp. 5.000.000,-


Mengetahui
Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat,
Universitas Lambung Mangkurat

Banjarmasin, 10 Desember 2020
Ketua Peneliti,


Prof. Dr. Ir. Danang Biyatmoko, M.Si
NIP. 19680507 199303 1 020


Muhammad Andri Setiawan, M.Pd
NIP. 19860808 20160110 1 001

TERDAFTAR DI PERPUSTAKAAN FKIP ULM BANJARMASIN		
TANGGAL	NOMOR	PARA
8/1/2021	371-4 ay H A	at



RINGKASAN

Tersebarunya pandemi Covid-19 membuat sebagian besar masyarakat lebih banyak bekerja dan berkegiatan di rumah. Selama tinggal di rumah tidak hanya berkaitan dengan pekerjaan dari rumah, tetapi juga diisi dengan kegiatan mencari hiburan, salah satunya dengan menonton drama Korea, hal ini menjadi pertanyaan apakah berkaitan dengan intensitas interaksi parasosial. Penelitian ini dimaksudkan untuk menggambarkan intensitas interaksi parasosial oleh mahasiswa dalam menonton drama Korea selama tinggal di rumah pada masa pandemi, dengan studi pada berbagai perguruan tinggi di kota Banjarmasin. Pendekatan penelitian adalah kuantitatif dengan jenis penelitian survei-deskriptif, melalui pengambilan random sampling, dari hasil pengambilan data yang dilakukan secara daring melalui media sosial yang disebar maka didapat 108 responden. Instrumen pengumpulan data menggunakan kuesioner angket, teknik analisis data menggunakan uji statistik deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden 78% merupakan penonton aktif drama Korea. Intensitas interaksi parasosial rata-rata per item masuk dalam kategori 'setuju' (75%) yang berarti intensitas interaksi parasosial yang tinggi selama pandemi Covid-19. Dibuktikan dengan pernyataan yang meyakini artis favorit memahami apa yang dirasakan sebesar 82%, dengan kategori 'sangat setuju.'

Kata Kunci: drama korea, interaksi parasosial, pandemi Covid-19

PRAKATA

Puji syukur kepada Allah Swt karena telah memberi taufik dan hidayah-Nya sehingga laporan penelitian ini dapat kami selesaikan. Shalawat dan salam kami sampaikan kepada Nabi Besar Muhammad Saw, keluarga dan para sahabat serta pengikut beliau hingga akhir zaman. Ucapan terimakasih kepada jajaran pimpinan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan dan Universitas Lambung Mangkurat.

Ucapan terimakasih kami sampaikan kepada jajaran pimpinan Universitas Lambung Mangkurat yang telah membantu, secara langsung maupun tidak langsung terhadap kelancaran proses penelitian ini sehingga bisa terselesaikan dengan baik dalam bentuk laporan penelitian ini. Kebermaknaan dan kemanfaatan pelaksanaan penelitian yang diangkat.

Ucapan terimakasih juga kami sampaikan pada pihak mitra penelitian yakni mahasiswa di berbagai perguruan tinggi di seluruh kota Banjarmasin, karena populasi dan sampel yang digunakan adalah mahasiswa pada kota Banjarmasin yang dimaksud.

Penelitian ini dimaksud untuk menganalisis intensitas interaksi parasosial mahasiswa menonton drama Korea selama tinggal di rumah pada masa pandemi. Penelitian ini diharapkan dapat menunjukkan gambaran intensitas interaksi parasosial mahasiswa selama masa pandemi.

Banjarmasin, Desember 2020

Tim Peneliti

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN PENGESAHAN	
RINGKASAN	
PRAKATA	
DAFTAR ISI	
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Urgensi Penelitian.....	3
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Interaksi Parasosial pada Drama Korea.....	5
2.2 Tinggal di Rumah Selama Pandemi.....	6
BAB 3 SIGNIFIKASI PENELITIAN	
3.1 Signifikasi Penelitian.....	7
BAB 4 METODE PENELITIAN	
4.1 Desain Penelitian.....	8
4.2 Populasi dan Sampel Penelitian.....	8
4.3 Pengembangan Instrumen Penelitian.....	8
4.4 Prosedur Pengambilan Data.....	8
4.5 Metode Analisis Data.....	9
BAB 5 HASIL YANG DICAPAI	
5.1 Analisis Hasil Penelitian.....	10
5.2 Pembahasan Hasil Penelitian.....	13
BAB 6 KESIMPULAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN	
6.1 Kesimpulan.....	15
6.2 Keterbatasan	15
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
Draf Artikel Ilmiah	

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara pengguna internet terbesar di dunia, dalam laporan Oik Yusuf (2014, 24 November) sebagaimana mengutip lembaga riset pasar e-Marketer, populasi netter Indonesia mencapai 83,7 juta orang pada 2014. Angka yang berlaku untuk setiap orang yang mengakses internet setidaknya satu kali setiap bulan itu mendudukkan Indonesia di peringkat ke-6 di dunia dalam hal jumlah pengguna internet. Namun menurut Agus Tri Haryanto (2020, 20 February) mengungkapkan bahwa berdasarkan laporan terbaru We Are Social, pada tahun 2020 disebutkan bahwa ada 175,4 juta pengguna internet di Indonesia. Dibandingkan tahun sebelumnya, ada kenaikan 17% atau 25 juta pengguna internet di negeri ini. Berdasarkan total populasi Indonesia yang berjumlah 272,1 juta jiwa, maka itu artinya 64% setengah penduduk Indonesia telah merasakan akses ke dunia maya. Persentase pengguna internet berusia 16 hingga 64 tahun yang memiliki masing-masing jenis perangkat, diantaranya mobile phone (96%), smartphone (94%), non-smartphone mobile phone (21%), laptop atau komputer desktop (66%), table (23%), konsol game (16%), hingga virtual reality device (5,1%).

Masih dalam laporan ini juga diketahui bahwa saat ini masyarakat Indonesia yang ponsel sebanyak 338,2 juta. Begitu juga data yang tak kalah menariknya, ada 160 juta pengguna aktif media sosial. Bila dibandingkan dengan 2019, maka pada tahun ini We Are Social menemukan ada peningkatan 10 juta orang Indonesia yang aktif di media sosial. Adapun media sosial yang paling banyak 'ditongkrongi' oleh pengguna internet Indonesia dari paling teratas adalah YouTube, WhatsApp, Facebook, Instagram, Twitter, Line, FB Messenger, LinkedIn, Pinterest, We Chat, Snapchat, Skype, Tik Tok, Tumblr, Reddit, Sina Weibo.

Selama 2019 sebagaimana diberitakan oleh kumparan.com (2020, 21 February) pengguna internet di Indonesia yang berusia 16 hingga 64 tahun memiliki waktu rata-rata selama 7 jam 59 menit per hari untuk berselancar di dunia maya. Angka tersebut melampaui rata-rata global yang hanya menghabiskan waktu 6 jam 43 menit di internet per harinya. Waktu bercengkrama penduduk Indonesia dengan internet tersebut membawa Indonesia ke dalam daftar 10 besar negara yang kecanduan internet. Indonesia menduduki posisi delapan dalam daftar negara paling lama menghabiskan waktunya berselancar internet. Pencapaian ini sebenarnya 'menurun' dibandingkan tahun lalu, yang kala itu Indonesia berada di peringkat lima. Indonesia juga punya pencapaian lain dalam jumlah pengguna media sosial. Masih dari riset

yang sama, jumlah pengguna media sosial di Indonesia sudah mencapai 160 juta, meningkat 8,1 persen atau 12 juta pengguna dibandingkan tahun lalu. Dengan begitu, penetrasi penggunaan media sosial di Indonesia sudah mencapai 59 persen dari total jumlah penduduk. Rata-rata penggunaan media sosial di Indonesia mencapai 3 jam 26 menit per hari. Angka itu juga di atas rata-rata global yang mencatat waktu 2 jam 24 menit per hari. Data unik lainnya, rata-rata penduduk Indonesia memiliki sekitar 10 akun media sosial per orang, baik aktif maupun tidak aktif menggunakannya. Sementara 65 persen pengguna media sosial di Indonesia memanfaatkan platform tersebut untuk bekerja.

Fakta menarik yang bisa ditelaah adalah durasi penduduk Indonesia dalam mengakses internet yang mencapai 3 jam 26 menit per hari. Tentu yang menjadi pertanyaan selanjutnya adalah jenis apa yang mereka akses? Dilaporkan oleh Taufik Fajar (2019, 5 March) dengan mengutip Studi Nielsen pada 2018 menunjukkan bahwa meskipun durasi menonton TV masih tertinggi, yaitu rata-rata 4 jam 53 menit setiap harinya, durasi mengakses Internet menjadi tertinggi kedua yaitu rata-rata 3 jam 14 menit per harinya; disusul oleh mendengarkan Radio (2 jam 11 menit), membaca Koran (31 menit) dan membaca Majalah (24 menit). Data ini menunjukkan bahwa durasi penonton TV masih tertinggi, dengan Digital Content Ratings dapat diketahui juga rincian profil penonton Nieow Huajai Sut Glai Peun (*The Spirit Of the Ruler*) episode 1. Penonton yang hanya menonton melalui TV adalah 58 persen wanita, 28% penontonya berusia di atas 50 tahun dan durasi menonton adalah 55 menit. Orang yang menonton melalui Online Live adalah 56 persen wanita, 45 % persen penontonya berusia 21-34 tahun dengan durasi menonton 31 menit. Sementara lebih dari setengah (53%) yang menonton melalui online (Video on Demand) adalah penonton yang berusia 21-34 tahun dengan durasi menonton 12 menit.

Selama masa pandemi yang mengharuskan sebagian besar penduduk Indonesia untuk tetap tinggal di rumah, konsumsi tontonan online meningkat drastis. Tontonan online yang menjadi pilihan masyarakat Indonesia adalah tontonan drama televisi, salah satunya drama Korea, karena dianggap merupakan budaya populer sejak rentang tahun 2002 secara formalnya melalui tayangan di salah satu televisi swasta, dan tahun 2010 berkembang pesat melalui jaring streaming (lihat Velda Ardia, 2014; Idola Perdini Putri, Farah Dhiba Putri Liany, & Reni Nuraeni, 2019). Menurut hasil penelitian Syarfina Mahya Nadila, Ranny Rastati, Annisa Meutia Ratri, & Wahyudi Akmaliah (2020) baik sebelum maupun selama masa pandemi terjadi peningkatan yang besar seperti serial ‘*The World of the Married*,’ ‘*Crash Landing on You*,’ dan ‘*Hospital Playlist*,’ dari segi frekuensi konsumsi juga terdapat beberapa temuan

penting, 41,3% responden menonton K-Drama lebih dari 6 kali dalam seminggu. Selain itu, terdapat perbedaan durasi menonton K-Drama sebelum dan selama pandemi COVID-19. Perbedaan tersebut terletak pada rata-rata durasi menonton K-Drama. Sebelum pandemi COVID-19 rata-rata, waktu menonton responden kami sekitar 2,7 jam per hari. Sedangkan pada saat pandemi COVID-19 rata-rata waktu menonton meningkat menjadi 4,6 jam per hari, sehingga konsumsi waktu luang menjadi penting selama masa krisis.

Salah satu serial yang dinantikan oleh penonton adalah 'The World of the Married,' yang dilaporkan bahkan mencapai rating tertinggi dalam sejarah pertelevisian Korea Selatan (Ranny Rastati, 2020). Banyak penonton setia serial ini begitu simpati dengan pemeran protagonis dan sangat membenci pemeran antagonis, sehingga seringkali mengeskpresikan kebencian pada media sosial pemeran antagonis serial tersebut sehingga merasa tidak nyaman dan terganggu (e.g. Anonymous, 2020, 20 August; Nunung Nasikhah, 2020, 18 May). Hubungan terjalin antara penonton dengan pemeran dalam serial tersebut tentu saja menjadi hubungan yang tidak masuk akal, hanya karena penonton begitu menghayati alur serial tersebut. Hubungan terjalinpun menjadi hubungan sosial yang tidak langsung atau parasosial yang berlangsung tidak sehat seperti sikap sebagian masyarakat Amerika Serikat terhadap presiden Trump (Kelly, McCall & Dowell, 2020).

1.2 Urgensi Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk meneliti sejauhmana parasosial yang terjadi pada mahasiswa menonton drama Korea ketika selama disarankan untuk tetap tinggal di rumah semasa pandemi, karena sebagian besar mahasiswa merupakan generasi Z yang terbiasa dengan tontonan daring (Duffett, 2020). Parasosial banyak berdampak pada generasi muda berupa efek ilusi, ketika saat menonton, mengalami sesuatu yang sebenarnya tidak ada tetapi dirasa eksis ada dan efek bias emosional, ketika orang membenamkan emosi ke dalam hubungan dengan figur media dan mulai menganggapnya sebagai orang yang nyata (padahal sebenarnya tidak) dan, akibatnya, karena emosi, efek dari konsep pribadi ini berubah, yang mengubah perilaku ketika relasi parasosial yang ada mengubah pola perilaku individu dan menambahkan yang baru (efek paracreativity penggemar, perilaku konsumen, modifikasi konsep diri) (lihat Chaplinska, 2020; Johnson, 2015; Kaayo, 2019).

Diungkap oleh Jarzyna (2020) dengan adanya anjuran untuk tetap tinggal di rumah selama pandemi Covid-19 karantina sangat membatasi proses sosialisasi nyata. Mereka yang tinggal sendiri memiliki e-mail dan video panggilan untuk mendukung mereka, tetapi hampir tidak ada kontak fisik jika mereka mematuhi aturan karantina.

Selama waktu ini, orang-orang tampaknya mengandalkan media sosial dan menonton secara streaming serial sehingga memberi diri mereka perasaan terhubung dengan orang lain lebih dari sebelumnya, yang membentuk karakter parasosial. Mahasiswa merupakan generasi yang paling aktif mengakses internet baik berkenaan dengan komunikasi, entertainmen, dan pendidikan (e.g. Dona Syafrina, Dian Putri Permatasari, & Yuliezar Perwira Dara, 2016; Zunaira Zafar, Farahat Ali, Muhammad Awais, & Muzammil Saeed, 2020).

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Interaksi Parasosial pada Drama Korea

Interaksi parasosial adalah respon yang diberikan seseorang terhadap figur media di televisi seakan-akan figur media tersebut benar-benar ada dalam ruangan tempat dia berada (lihat Stever, 2010; Sherman-Morris, 2006). Terjadinya interaksi parasosial disebabkan oleh beberapa alasan yakni: (1) *task attraction* yakni menunjukkan ketertarikan berdasarkan talenta dan kemampuan yang dimiliki oleh selebritis; (2) *identification attraction* menunjukkan keinginan untuk menjadi seperti selebritis, berkembang juga pemikiran bahwa selebritis mirip seperti diri sendiri; dan (3) *romantic attraction* yakni menunjukkan ketertarikan berdasarkan penampilan fisik atau potensi untuk menjadi pasangan. Hal tersebut mengacu untuk menjadi terjalin hubungan (berpacaran), menikah, melakukan hubungan fisik. Dari ketiga penyebab interaksi parasosial tersebut, maka *romantic attraction* merupakan alasan utama yang berkembang terjadinya interaksi parasosial (Tukachinsky & Stever, 2019).

Walaupun demikian menurut temuan Wika Bia Adita & Rosmawati (2018) terhadap penonton drama Korea usia menunjukkan bahwa tidak semua penonton setia drama Korea tidak menjadi interaksi parasosial, perilaku yang ditampilkan meliputi berfikir menonton hal yang menyenangkan, menyanggupi tantangan yang diberikan teman dalam menonton drama Korea, menonton diwaktu tidur, penting mengetahui akhir cerita dengan cepat, ingin menonton kembali dan gelisah jika tidak menonton drama Korea. Hasil penelitian ini berbeda dengan temuan yang didapat oleh Fauziyah Auliya & Siti Qodariah (2018) pada wanita dewasa menunjukkan dalam kategori interaksi parasosial yang tinggi, terutama pada aspek *task attraction*. *romantic attraction* dalam masyarakat Indonesia memiliki preporsi kritis yang berbeda terhadap budaya dan sosok laki-laki yang ditampilkan dalam tayangan drama Korea, karena ketika mereka menemukan konten budaya yang serupa, seperti ramah-tamah, sopan-santun dan pekerja keras, khalayak bersikap dominant hegemonic. Tetapi saat menemukan konten budaya minum minuman keras di Korea, masyarakat terbagi menjadi *negotiated reading* dan *oppositional reading* (e.g. Maria Erniyanti Kedi, 2013; Amy Nur Islamiyati, 2017).

Tentu saja interaksi parasosial berbeda dengan interaksi sosial, namun seringkali interaksi parasosial berkembang menjadi ilusi interaksi pribadi (lihat Edward Schiappa, Peter B. Gregg & Dean E. Hewes, 2005; Kurtin, O'Brien, Roy, & Dam, 2018). Hal ini diakui oleh Horton dan Wohl (Katrine Kavli, 2012) bahwa hubungan interaksi parasosial bersifat ilusi interaksi pribadi dikarenakan: (1) menjadi

sepihak, khususnya hubungannya dilakukan dan dipelihara secara tidak langsung oleh figur ditonton. Penonton pasif, tetapi menerima hubungan parasosial; (2) tidak rentan terhadap pengembangan bersama, sebagai penonton tidak bisa hanya mengubah interaksi parasosial dalam berpartisipasi. Jika penonton tidak puas dengan hubungan parasosial dia hanya bisa menarik diri darinya; (3) terdiri dari penonton dan persona yang dikendalikan oleh figur yang ditonton; dan terakhir, (4) bersikap nondialektis dalam arti penonton menerima persona dan hubungan parasosial dan interaksi tanpa memeriksa ide yang bersaing, perspektif atau argumen yang terkait dengan persona dan hubungan.

2.2 Tinggal di Rumah Selama Pandemi

Munculnya virus Covid-19 di Indonesia mempengaruhi aktivitas sebagian besar pelajar yang harus ikut berdiam diri di rumah guna mencegah penularan virus secara meluas, pelajar yang semula melakukan aktivitas bebas di luar rumah sekarang berbanding terbalik yaitu mereka harus beraktivitas di dalam rumah sambil belajar dengan tatap muka virtual melalui pendidik di institusi pendidikan (Tabi'in, 2020). Tetap tinggal di rumah kecuali ada hal-hal yang tidak dapat dihindari merupakan langkah preventif yang sekarang ini bisa dilakukan, salah satu cara yang dapat dilakukan untuk menyeimbangkan mental dalam rumah adalah upaya untuk memelihara ketenangan psikis sehingga dapat berpikiran positif, kegiatan mencari hiburan online dapat dipandang sebagai upaya meningkatkan ketenangan diri (Dana Riksa Buana, 2020). Dapat dikatakan bahwa tetap tinggal di rumah dapat mengurangi tingkat infeksi Covid-19 (Castillo, Staguin, & Weston-Farber, 2020). Namun pada sisi lain kebijakan untuk tetap meminta masyarakat tinggal di rumah meningkatkan pembiayaan dan berdampak pada kerentanan kesehatan mental (Fowler, Hill, Levin, & Obradovich, 2020). Dari segi positif dinamika keluarga ketika tinggal di rumah memberikan hubungan orang tua-anak yang positif, meningkatkan kohesi pengasuhan, dan meningkatkan waktu berkualitas (Rushing, & Powell, 2015).

BAB 3

SIGNIFIKASI PENELITIAN

3.1 Signifikasi Penelitian

Penelitian ini penting dilakukan untuk menggambarkan intensitas interaksi parasosial ketika menonton drama Korea selama tinggal di rumah, dengan pertanyaan menekankan besar atau tidaknya. Populasi yang diambil adalah para mahasiswa di berbagai perguruan tinggi negeri di kota Banjarmasin. Instrumen yang digunakan berbentuk angket tertutup yang mewakili variabel intensitas interaksi parasosial ketika menonton drama Korea selama tinggal di rumah dengan mengacu pada pandangan Bocarnea & Brown (2007) dan Deshinta Firstiana Sari (2015).

BAB 4

METODE PENELITIAN

4.1 Desain Penelitian

Peneliti menggunakan desain penelitian survei deskriptif untuk mengumpulkan pernyataan perwakilan sampel populasi mahasiswa yang menjangkau seluruh perguruan tinggi baik negeri maupun swasta di kota Banjarmasin yang diambil secara acak.

4.2 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa pada perguruan tinggi baik negeri maupun swasta di kota Banjarmasin yang terdampak pandemi Covid-19. Untuk pengambilan sampel menggunakan teknik random sampling. Pengambilan random sampling yang dilakukan secara acak sehingga responden yang didapat adalah responden yang mengisi instrumen tersebut sehingga didapat 108 mahasiswa yang menjadi sampel.

4.3 Pengembangan Instrumen Penelitian

Penelitian menggunakan dua instrumen yang telah disusun berdasarkan instrumen Celebrity-Persona Parasocial Interaction Scale yang disusun oleh Bocarnea & Brown (2007) yang terdiri dari 20 item pernyataan dan instrumen yang disusun oleh Deshinta Firstiana Sari (2015) dalam meneliti motif menonton drama Korea di televisi oleh remaja kota Surabaya. Kedua instrumen digabung dan dibagi menjadi 2 (dua) bagian yakni bagian pertama merupakan pernyataan pilihan mendasarkan yang menggambarkan menonton 'drama Korea' yang terdiri dari 4 (empat) butir pernyataan yang memiliki pilihan bervariasi, kemudian pada bagian kedua yang merupakan pernyataan inti berupa instrumen interaksi parasosial terdiri dari 20 butir pernyataan. Pada instrumen ini disajikan dengan skala poin pilihan jawaban yakni: 1 = "Sangat Setuju," 2 = "Setuju," 3 = "Tidak Setuju," 4 = "Sangat Tidak Setuju." Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian survei, untuk mendeskriptif responden dalam intensitas interaksi parasosial dalam menonton drama Korea ketika tinggal di rumah selama masa pandemi Covid-19.

4.4 Prosedur Pengambilan Data

Pembagian dua kuesioner diberikan secara acak pada mahasiswa yang berada di kota Banjarmasin di setiap perguruan tinggi baik negeri maupun swasta. Pembagian

kuesioner dimaksud dibagi secara daring melalui *share* berantai dari grup media sosial, yang dititipkan pada satu sampel ke sampel lain. Pembagian kuesioner secara daring tersebut menggunakan aplikasi *google form*. Mengingat tidak memungkinkan untuk melakukan pembagian secara langsung dalam kondisi pandemi seperti ini, pembagian instrumen dibatasi dalam 3 (tiga) bulan dari rentang bulan Agustus sampai November pada tahun 2020. Dari jumlah populasi yang dimaksud maka terjaring sampel.

4.5 Metode Analisis Data

Teknik analisis data menggunakan analisis statistik persentase, dengan analisis deskriptif yang difasilitasi menggunakan program Microsoft Excel 2016 dan Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) versi 2020. .

BAB 5 HASIL YANG DICAPAI

5.1 Analisis Hasil Penelitian

Hasil pertanyaan mendasar untuk menjawab pertanyaan mendasar tentang menonton drama Korea selama tinggal di rumah, tertera pada tabel berikut ini.

Tabel 1
Menonton Drama Korea selama Tinggal di Rumah

No.	Pertanyaan	Responden	Persentase (%)
1.	Apakah Anda merupakan penonton drama Korea?		
	Ya	84	78%
	Tidak	24	22%
2.	Seberapa rutin Anda menonton drama Korea selama tinggal di rumah?		
	Rutin menonton setiap hari	15	14%
	Tidak harus rutin menonton	93	86%
3.	Jumlah judul drama Korea yang Anda tonton selama tinggal di rumah?		
	Hanya 1 judul drama Korea	73	32%
	Lebih dari 1 judul drama Korea	35	68%
4.	Genre drama Korea yang sering Anda tonton selama tinggal di rumah?		
	Percintaan	40	37%
	Keluarga	9	8%
	Aksi	16	15%
	Komedi	17	16%
	Lain-lain	26	24%

Tabel berikut menyajikan gambaran interaksi parasosial ketika menonton drama Korea.

Tabel 2
Interaksi Parasosial yang Terjadi

No	Pernyataan	1	2	3	4	N	Skor	Mean	TCR	Kategori
1	Menyaksikan artis favorit saya seperti bersama teman baik	27	45	25	11	108	304	2,81	70%	Setuju
2	Bila artis favorit tersebut tampil saya menonton acaranya.	29	44	26	9	108	309	2,86	72%	Setuju
3	Saya melihat artis favorit sebagai pribadi yang ramah.	29	58	14	7	108	325	3,01	75%	Setuju
4	Jika media membicarakan tentang artis favorit, saya akan membacanya.	29	49	22	8	108	315	2,92	73%	Setuju

No	Pernyataan	1	2	3	4	N	Skor	Mean	TCR	Kategori
5	Saya ingin bertemu artis favorit secara langsung.	52	23	20	13	108	330	3,06	76%	Setuju
6	Saya merasa memiliki pemahaman emosi yang dialami artis tersebut.	23	44	26	15	108	291	2,69	67%	Setuju
7	Saya memikirkan artis tersebut secara teratur.	5	14	49	40	108	200	1,85	46%	Tidak Setuju
8	Saya tidak memiliki perasaan apapun tentang artis favorit.	24	32	34	18	108	262	2,43	61%	Setuju
9	Saya suka menonton penampilan artis tersebut di televisi.	22	37	31	18	108	279	2,58	65%	Setuju
10	Sehari tidak mendapatkan informasi tentang artis tersebut, maka saya merasa rugi.	6	6	22	74	108	160	1,48	37%	Tidak Setuju
11	Mencari informasi tentang artis itu penting bagi saya.	11	27	37	33	108	232	2,15	54%	Setuju
12	Saya berteman di akun media sosial pribadi artis tersebut secara khusus.	10	40	36	22	108	254	2,35	59%	Setuju
13	Saya searching mendalam di internet untuk mendapatkan lebih banyak informasi tentang artis tersebut.	10	37	38	23	108	250	2,31	58%	Setuju
14	Saya ingin berkomunikasi dengan artis tersebut secara langsung.	36	37	19	16	108	309	2,86	72%	Setuju
15	Artis favorit saya itu memahami apa yang saya rasakan.	5	10	41	52	108	356	3,30	82%	Sangat Setuju
16	Saya terkadang berkomentar di akun media sosial artis tersebut.	17	23	29	39	108	234	2,17	54%	Setuju
17	Saya sangat menyadari detail kehidupan artis favorit saya.	2	14	41	51	108	183	1,69	42%	Tidak Setuju
18	Saya memahami kehidupan pribadi artis favorit itu.	5	21	31	51	108	196	1,81	45%	Tidak Setuju
19	Saya berharap dapat melihat artis favorit di televisi atau media online secara langsung.	40	41	15	12	108	325	3,01	75%	Setuju
20	Saya tidak terlalu tertarik pada artis favorit saya.	14	23	36	35	108	308	2,85	71%	Setuju
Jumlah		396	625	592	547					
Mean		19,8	31,3	29,6	27,4					
Maksimal		52	58	49	74					
Minimum		2	6	14	7					
Standar Deviasi		13,61	14,2	9,43	18,7					

Berdasarkan tabel di atas, maka perlu pula untuk dianalisis pernyataan kategori per item untuk mendapatkan gambaran utuh intensitas interaksi parasosial secara statistik, yang ditentukan berdasarkan penskalaan kategori.

Tabel 3
Skala Per Item

Skala Per Item	Skor	Persentase
Sangat Setuju dengan skala 1	327- 432	78 – 100
Setuju dengan skala 2	218 – 326	52- 77
Tidak Setuju dengn skala 3	109 – 217	26 – 51
Sangat tidak setuju dengan skala 4	0 – 108	0 – 25

Dari tabel 3, maka perlu dirinci lagi kategori interaksi parasosial yang terjadi pada setiap item yang ada, maka didapat seperti tabel berikut.

Tabel 4
Berdasarkan Per Item Pertanyaan

	Kategori	Responden	
		F	Persentase
Intensitas Interaksi Parasosial	Sangat Setuju	1	5%
Mahasiswa Akibat Menonton Drama	Setuju	15	75%
Korea Selama Tinggal di Rumah	Tidak Setuju	4	20%
	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Total		100%

Hasil analisis statistik deskriptif terhadap intensitas interaksi parasosial, seperti tersaji pada tabel berikut.

Tabel 5
Statistik Deskriptif Interaksi Parasosial

Variabel	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic
Parasosial	20	196	160	356	271,10	12,430	55,591
Valid N (listwise)	20						3090,305

Peneliti membagikan instrumen pengambilan data secara random kepada mahasiswa yang menjadi responden di kota Banjarmasin, Indonesia dan didapat sebanyak 108 orang mahasiswa yang tersebar dari berbagai perguruan tinggi baik dari perguruan tinggi negeri hingga perguruan tinggi swasta. Hasil yang didapat menunjukkan bahwa 78% diantaranya responden mengaku menonton drama Korea selama *stay at home* ketika terjadi di masa pandemi. Walaupun demikian mereka mengaku tidak secara rutin dan teratur dalam menonton (86%). Adapun judul drama Korea yang mereka tonton bervariasi (68%), meskipun demikian sebagian besar mereka menonton drama dengan genre percintaan sebesar 37%. Tidak sedikit pula mereka mengatakan bahwa genre yang mereka tonton merupakan genre yang bervariasi atau campuran, yakni sebanyak 24%.

Berdasarkan gambaran tersebut, apakah hal tersebut akan berpengaruh pada intensitas interaksi parasosial mereka selama terjadi masa pandemi ini, ketika sebagian besar orang banyak *stay at home*? Secara umum, berdasarkan rata-rata per

item masuk dalam kategori ‘setuju’ (75%). Ini membuktikan bahwa intensitas interaksi parasosial besar terhadap aktor dan aktris drama Korea, bahkan responden memberi informasi kepada peneliti, bahwa mereka meyakini aktor dan artis favorit memahami apa yang mereka rasakan, salah satu butir pernyataan dengan tingkatan pilihannya besar 82%. Karakteristik intensitas interaksi parasosial lainnya yang ditemukan peneliti adalah sebagai berikut: (1) menyaksikan aktor/aktris favorit seperti bersama teman baik; (2) bila aktor/artis favorit tersebut tampil sulit untuk dilewati ditonton; (3) merasakan bahwa ia merupakan pribadi yang ramah; (4) jika media membicarakannya, maka disimak dan diikuti perkembangannya; (4) tumbuhnya keinginan untuk bertemu langsung dengannya; (5) memiliki pemahaman emosi yang dialaminya; (6) mencari informasi tentangnya penting dilakukan; (7) Oleh karena itu, penting untuk berteman dan berkomentar di akun media sosial pribadinya; (8) ada keinginan kuat untuk berkomunikasi secara langsung; dan, (9) memiliki harapan kuat dapat melihatnya di televisi atau media online secara langsung.

5.2 Pembahasan Hasil Penelitian

Intensitas interaksi parasosial mahasiswa ketika menonton drama Korea selama stay at home pada masa pandemi dapat dikatakan besar. Hal ini tidaklah keliru ketika para responden banyak tinggal di rumah tentunya selain kesibukkan dengan perkuliahan yang dilakukan secara online, tetapi tentu juga mereka membutuhkan media hiburan drama Korea sebagai pengalihan aktivitas hiburan yang mengharuskan untuk keluar rumah. Walaupun demikian tidak dipungkiri menonton drama Korea tidak hanya aktif selama pandemi namun sebelum pandemi juga, khususnya bagi mereka penyuka drama Korea secara mendalam. Terlihat pada temuan yang telah kami sebutkan pada analisis hasil penelitian semakin besar, hal ini diisyaratkan intensitas yang makin intensif pada kategori interaksi parasosial. Memang pada sisi lain harus diakui menonton drama Korea memiliki pengaruh dalam pembentukan karakter pada mahasiswa, terdapat pengaruh negatif yang signifikan yang suka menonton drama Korea terhadap karakter mahasiswa seperti menunda waktu shalat, mengabaikan tugas dari dosen, menonton drama Korea hingga larut malam serta meninggalkan aktivitas nyata dalam kehidupan sehari-hari (Diana Annisa Fitri, 2019; Herpina & Amsal Amri, 2017).

Oleh karena itu, interaksi parasosial semakin mendalam bagi penonton sehingga realistik hidup figur tersebut dianggap sebagai kenyataan yang dijalani dan dirasakan oleh penonton (Hu, 2016). Hal ini ditandai dengan kebiasaan para penonton kemudian berubah menjadi penggemar setia, dengan setia mengikuti perjalanan hidup

dan aktivitas keseharian seperti yang diakui oleh para responden, dengan mengikuti mereka di media sosial sang figur selebritis. Mungkin tepat dikatakan konstruksi interpersonal dikembangkan oleh mereka yang teridentifikasi interaksi parasosial dipengaruhi oleh motivasi untuk mengeksplorasi kehidupan pribadi publik figur melalui media sosial (Frederick, Lim, Clavio, & Walsh, 2012). Sudah tentu pada akhirnya peranan media sosial memegang peranan penting dalam menentukan arah interaksi parasosial menuju hubungan yang ekuitas (Lin Yuan, Kim, & Kim, 2016).

Temukan kami secara mengejutkan interaksi parasosial berlangsung lebih intens apabila publik figur mampu menunjukkan penampilan fisik dan kemampuan verbal yang menarik, sehingga penonton yang menganggapnya menarik dan semakin kuat kemampuan mengambil perspektif mereka, semakin intens parasosial mereka. Pengalaman parasosial yang lebih kuat menghasilkan komitmen yang lebih tinggi terhadap norma sosial dan kenikmatan yang lebih besar dari situasi eksposur (Hartmann & Goldhoorn, 2011).

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan di atas, maka terdapat kesimpulan yang dapat disampaikan, yakni intensitas interaksi parasosial mahasiswa ketika menonton drama Korea selama *stay at home* pada masa pandemi masuk dalam kategori setuju/besar. Banyak penggembar/penonton memiliki keinginan kuat untuk berinteraksi parasosial secara kuat. Selain itu pula, dorongan interaksi parasosial makin menjadi besar karena aktifnya mereka menonton drama Korea ketika memilih *stay at home*, sehingga memiliki waktu yang besar mencermati perjalanan hidup dan aktivitas para selebritis. Pada kesempatan ini di masa pandemi maka peran publik figur pada masa pandemi sangat efektif memfilter berita palsu dan menekankan informasi yang positif dimasa pandemi Covid-19 (e.g. Cohen, 2020; Mututwa, & Matsilele, 2020; Oberiri Destiny Apuke & Bahiyah Omar, 2020).

6.2 Keterbatasan

Penelitian ini terbatas pada perguruan tinggi yang ada di kota Banjarmasin, dengan pengambilan sampel yang dilakukan secara acak. Sifat pengambilan terbatas secara deskripsi melalui survei, sudah tentu ada faktor-faktor pengiring yang perlu dieksplorasi secara mendalam kualitatif secara mendalam, dengan pengambilan sampel tidak intensif pada kelompok yang memiliki keekatan dengan publik figur pada drama Korea.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Tri Haryanto. (2020, 20 February). Riset: Ada 175, 2 Juta Pengguna Internet di Indonesia. *detik.com* [Online]. Available: <https://inet.detik.com/cyberlife/d-4907674/riset-ada-1752-juta-pengguna-internet-di-indonesia> [2020, 21 August].
- Amy Nur Islamiyati. (2017). *Drama Korea dan khalayak (penerimaan perempuan Indonesia terhadap budaya dan sosok laki-laki yang ditampilkan dalam tayangan drama Korea)*. Undergraduate thesis in Communication Studies Program, Faculty of Communication and Informatics, University of Muhammadiyah Surakarta: unpublished.
- Anonymous. (2020, 20 August). Balasan Han So Hee Setelah Diserang Netizen Indonesia karena Pelakor di The World of The Married. *BangkaPos.com* [Online]. Available: <https://bangka.tribunnews.com/2020/04/23/balasan-han-so-hee-setelah-diserang-netizen-indonesia-karena-pelakor-di-the-world-of-the-married> [2020, 21 August].
- Anonymous. (2020, 21 February). Riset: 64% Penduduk Indonesia Sudah Pakai Internet. *kumparan.com* [Online]. Available: <https://kumparan.com/kumparantech/riset-64-penduduk-indonesia-sudah-pakai-internet-1ssUCDbKILp/full> [2020, 21 August].
- Bocarnea, M.C., & Brown, W.J. (2007). Celebrity-Persona Parasocial Interaction Scale, in R.A. Reynolds, R. Woods, & J.D. Baker (Ed.). *Handbook of Research on Electronic Survey and Measurements*. pp. 309-312. Hershey, PA: Idea Group Reference.
- Castillo, R. C., Staguhn, E. D., & Weston-Farber, E. (2020). The effect of state-level stay-at-home orders on COVID-19 infection rates. *American journal of infection control*, 48(8): 958–960. <https://doi.org/10.1016/j.ajic.2020.05.017>.
- Chaplinska, Y. (2020). Parasocial media effects. *Psychological Journal*, 6(4): 64-74. <https://doi.org/10.31108/1.2020.6.4.5>
- Cohen, E. L. (2020). Stars—they're sick like us! The effects of a celebrity exemplar on COVID-19-related risk cognitions, emotions, and preventative behavioral intentions. *Science Communication*, 42(5): 724–741. doi: <https://doi.org/10.1177/1075547020960465>.
- Dana Riksa Buana. (2020). Analisis perilaku masyarakat Indonesia dalam menghadapi pandemi virus corona (covid-19) dan kiat menjaga kesejahteraan jiwa. *SALAM; Jurnal Sosial & Budaya Syar-i*, 7 (3): 217-226. doi: 10.15408/sjsbs.v7i3.15082.
- Deshinta Firstiana Sari. (2015). Motif menonton drama korea di televisi oleh remaja Surabaya. *COMMONLINE*, 4(1): 60-72.
- Diana Annisa Fitri. (2019). *Pengaruh drama Korea terhadap karakter mahasiswa PAI (Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung)*. Undergraduate thesis at the Department of Islamic Religious Education, Faculty of Tarbiyah and Teacher Training, Raden Intan State Islamic University: Unpublished.

- Dona Syafrina, Dian Putri Permatasari, & Yuliezar Perwira Dara. (2016). Parasosial dan romantic beliefs: studi pada penonton serial drama Korea. *MEDIAPSI*, 2 (2): 16-22. doi: <http://dx.doi.org/10.21776/ub.mps.2016.002.02.3>.
- Duffett, R. (2020). The YouTube Marketing Communication Effect on Cognitive, Affective and Behavioural Attitudes among Generation Z Consumers. *Sustainability*, 12(12), 5075. MDPI AG. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.3390/su12125075>.
- Edward Schiappa, Peter B. Gregg & Dean E. Hewes. (2005). The parasocial contact hypothesis. *Communication Monographs*, 72(1): 92-115, doi: 10.1080/0363775052000342544.
- Fauziyah Auliya & Siti Qodariah. (2018). Studi deskriptif mengenai interaksi parasosial pada wanita dewasa awal di Komunitas Army Bandung (Descriptive study of parasocial interaction in early adult women at Army Bandung Community). Proceedings in *Seminar Penelitian Sivitas Akademika Unisba (Spesia)*, Bandung, February 2018: 95-102.
- Fowler, James H., Hill, Seth J., Levin, Remy, & Obradovich, Nick. (2020). *The effect of stay at home orders on COVID-19 infections in the United States*. Research Report on Cornell University. doi: <https://doi.org/10.1101/2020.04.13.20063628>.
- Frederick, E., Lim, C., Clavio, G., & Walsh, P. (2012). Why we follow: an examination of parasocial interaction and fan motivations for following athlete archetypes on twitter. *International Journal of Sport Communication*, 5: 481-502. doi:10.1123/IJSC.5.4.481.
- Hartmann, T. & Goldhoorn, C. (2011). Horton and Wohl revisited: exploring viewers' experience of parasocial interaction. *Journal of Communication*, 61: 1104-1121. doi: <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2011.01595.x>
- Herpina & Amsal Amri. (2017). Dampak ketergantungan menonton drama Korea terhadap perilaku mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Syiah Kuala. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah*, 2(2): 1-13.
- Hu, M. (2016). The influence of a scandal on parasocial relationship, parasocial interaction, and parasocial breakup. *Psychology of Popular Media Culture*, 5(3): 217–231. doi: <https://doi.org/10.1037/ppm0000068>
- Idola Perdini Putri, Farah Dhiba Putri Liany, & Reni Nuraeni. (2019). K-Drama dan penyebaran Korean wave di Indonesia. *ProTVF*, 3(1): 68-80. doi : <https://doi.org/10.24198/ptvf.v3i1.20940>.
- Jarzyna, C.L. (2020). Parasocial Interaction, the COVID-19 quarantine, and digital age media. *Human Arenas*. <https://doi.org/10.1007/s42087-020-00156-0>
- Johnson, Kevin. (2015). *Loneliness, parasocial interaction, and the media: tracing the patterns of understanding*. A thesis submitted to the Department of Communication University of Ottawa: Unpublished.
- Kaayo, Ian Junior. (2019). *Parasocial interaction and identification toward media personae and their correlation with pathological personality traits among emerging adults in USIU – Africa*. A thesis report submitted to the School of

Humanities and Social Sciences United States International University – Africa:
Unpublished.

- Katrine Kavli. (2012). The player's parasocial interaction with digital entities. In *Proceeding of the 16th International Academic MindTrek Conference (MindTrek '12)*. Association for Computing Machinery, New York, NY, USA, 83–89. doi:<https://doi.org/10.1145/2393132.2393150>.
- Kelly S, Goke R, McCall M & Dowell SG. (2020). Parasocial relationships with President Trump as a predictor of COVID-19 information seeking. *Frontiers in Communication*, November(5). 5: 596663. doi: 10.3389/fcomm.2020.596663.
- Kurtin, K., O'Brien, N., Roy, D., & Dam, L. (2018). The development of parasocial interaction relationships on youtube. *The Journal of Social Media in Society*, 7(1): 233-252.
- Lin Yuan, Chun, Kim, Juran, & Kim, Sang Jin. (2016). Parasocial relationship effects on customer equity in the social media context. *Journal of Business Research*, 69(9): 3795-3803. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.12.071>
- Maria Erniyanti Kedi. (2013). Persepsi perempuan tentang tayangan drama romantis Korea di Indosiar. *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 2(2): 20-24. doi: <https://doi.org/10.33366/jisip.v2i2.54>.
- Mututwa, W. T. & Matsilele, T. (2020). COVID-19 infections on international celebrities: self presentation and tweeting down pandemic awareness. *JCOM* 19 (05), A09. <https://doi.org/10.22323/2.19050209>.
- Nunung Nasikhah. (2020, 18 May). Dapat *Stereotype* Buruk, Banyak Cewek Indonesia Diblokir Sama Bule. *Urbanasia* [Online]. Available: <https://www.urbanasia.com/dapat-stereotype-buruk-banyak-cewek-indonesia-diblokir-sama-bule--U13513> [2020, 21 August].
- Oberiri Destiny Apuke & Bahiyah Omar. (2020). Modelling the antecedent factors that affect online fake news sharing on COVID-19: the moderating role of fake news knowledge. *Health Education Research*, 35(5): 490–503. doi: <https://doi.org/10.1093/her/cyaa030>
- Oik Yusuf. (2014, 24 November). Pengguna Internet Indonesia Nomor Enam Dunia. *kompas.com* [Online]. Available: <https://tekno.kompas.com/read/2014/11/24/07430087/Pengguna.Internet.Indonesia.Nomor.Enam.Dunia> [2020, 21 August].
- Ranny Rastati. (2020). Pandemi dan perselingkuhan: faktor di belakang kesuksesan drama Korea 'The World of the Married. The Conversation [Online]. Available <https://theconversation.com/pandemi-dan-perselingkuhan-faktor-di-belakang-kesuksesan-drama-korea-the-world-of-the-married-138809>.
- Rushing, C., & Powell, L. (2015). Family dynamics of the stay-at-home father and working mother relationship. *American Journal of Men's Health*: 410–420. doi: <https://doi.org/10.1177/1557988314549414>.
- Sherman-Morris, Kathleen. (2006). *A place for PSI: finding a role for parasocial interaction in Hazards Research*. A dissertation submitted to the Department of Geography, Florida State University: Unpublished.

- Steve, G. S. (2010). Fan behavior and lifespan development theory: explaining parasocial and social attachment to celebrities. *Journal of Adult Development, 18*(1), 1–7. doi:10.1007/s10804-010-9100-0.
- Syarfina Mahya Nadila, Ranny Rastati, Annisa Meutia Ratri, & Wahyudi Akmaliah. (2020). Survey result: K-Drama consumption amidst COVID-19 pandemic in Indonesia. *Masyarakat dan Budaya, 11*(16): 13-15.
- Tabi'in, A. (2020). Problematika *stay at home* pada anak usia dini di tengah pandemi covid 19. *Jurnal Golden Age, 4* (1): 190-200.
- Taufik Fajar. (2019, 5 March). Studi Nielsen: Pemirsa Indonesia Habiskan 5 Jam Nonton TV, 3 Jam Berselancar di Internet. *okezone.com* [Online]. Available: <https://economy.okezone.com/read/2019/03/05/320/2025987/studi-nielsen-pemirsa-indonesia-habiskan-5-jam-nonton-tv-3-jam-berselancar-di-internet> [2020, 28 August 2020].
- Tukachinsky, R & Steve, G. S. (2019). Theorizing development of parasocial engagement. *Communication Theory, 29*(3): 297–318. <https://doi.org/10.1093/ct/qty032>
- Velda Ardia. (2014). Drama Korea dan budaya populer. *Jurnal Komunikasi, 2*(3): 12-18.
- Wika Bia Adita & Rosmawati. (2018). Perilaku kecanduan menonton drama korea dan hubungan sosial pada siswa SMPN 13 Pekanbaru. *Jurnal Online Mahasiswa FKIP, 5*(1): 1-15.
- Zunaira Zafar, Farahat Ali, Muhammad Awais, & Muzammil Saeed. (2020). Exposure to mediated celebrities and mate preferences: the mediating role of identification and parasocial relationships. *Journal of Organizational Culture, Communications and Conflict, 24*(1): 1-16.

LAMPIRAN

Intensitas Interaksi Parasosial Mahasiswa Menonton Drama Korea Selama Tinggal di Rumah pada Masa Pandemi

Muhammad Andri Setiawan,¹ Nina Permata Sari,² Deasy Arisanty³

¹Universitas Lambung Mangkurat, Program Studi Bimbingan dan Konseling, Indonesia, andri.bk@ulm.ac.id

²Universitas Lambung Mangkurat, Program Studi Bimbingan dan Konseling, Indonesia, nina.bk@ulm.ac.id

³Universitas Lambung Mangkurat, Program Studi Pendidikan Geografi, deasyarisanty@ulm.ac.id

Abstrak: *Tersebar nya pandemi Covid-19 membuat sebagian besar masyarakat lebih banyak bekerja dan berkegiatan di rumah. Selama tinggal di rumah tidak hanya berkaitan dengan pekerjaan dari rumah, tetapi juga diisi dengan kegiatan mencari hiburan, salah satunya dengan menonton drama Korea, hal ini menjadi pertanyaan apakah berkaitan dengan intensitas interaksi parasosial. Penelitian ini dimaksudkan untuk menggambarkan intensitas interaksi parasosial oleh mahasiswa dalam menonton drama Korea selama tinggal di rumah pada masa pandemi, dengan studi pada berbagai perguruan tinggi di kota Banjarmasin. Pendekatan penelitian adalah kuantitatif dengan jenis penelitian survei-deskriptif, melalui pengambilan random sampling, dari hasil pengambilan data yang dilakukan secara daring melalui media sosial yang disebar maka didapat 108 responden. Instrumen pengumpulan data menggunakan kuesioner angket, teknik analisis data menggunakan uji statistik deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden 78% merupakan penonton aktif drama Korea. Intensitas interaksi parasosial rata-rata per item masuk dalam kategori 'setuju' (75%) yang berarti intensitas interaksi parasosial yang tinggi selama pandemi Covid-19. Dibuktikan dengan pernyataan yang meyakini artis favorit memahami apa yang dirasakan sebesar 82%, dengan kategori 'sangat setuju.'*

Kata Kunci: drama korea, interaksi parasosial, pandemi Covid-19

Pendahuluan

Indonesia merupakan negara pengguna internet terbesar di dunia, dalam laporan Oik Yusuf (2014, 24 November) sebagaimana mengutip lembaga riset pasar e-Marketer, populasi netter Indonesia mencapai 83,7 juta orang pada 2014. Angka yang berlaku untuk setiap orang yang mengakses internet setidaknya satu kali setiap bulan itu mendudukkan Indonesia di peringkat ke-6 di dunia dalam hal jumlah pengguna internet. Namun menurut Agus Tri Haryanto (2020, 20 February) mengungkapkan bahwa berdasarkan laporan terbaru We Are Social, pada tahun 2020 disebutkan bahwa ada 175,4 juta pengguna internet di Indonesia. Dibandingkan tahun sebelumnya, ada kenaikan 17% atau 25 juta pengguna internet di negeri ini. Berdasarkan total populasi Indonesia yang berjumlah 272,1 juta jiwa, maka itu artinya 64% setengah penduduk Indonesia telah merasakan akses ke dunia maya. Persentase pengguna internet berusia 16 hingga 64 tahun yang memiliki masing-masing jenis perangkat, diantaranya mobile phone (96%), smartphone (94%), non-smartphone mobile phone (21%), laptop atau komputer desktop (66%), table (23%), konsol game (16%), hingga virtual reality device (5,1%).

Masih dalam laporan ini juga diketahui bahwa saat ini masyarakat Indonesia yang ponsel sebanyak 338,2 juta. Begitu juga data yang tak kalah menariknya, ada 160 juta pengguna aktif media sosial. Bila dibandingkan dengan 2019, maka pada tahun ini We Are Social menemukan

ada peningkatan 10 juta orang Indonesia yang aktif di media sosial. Adapun media sosial yang paling banyak 'ditongkrongi' oleh pengguna internet Indonesia dari paling teratas adalah YouTube, WhatsApp, Facebook, Instagram, Twitter, Line, FB Messenger, LinkedIn, Pinterest, We Chat, Snapchat, Skype, Tik Tok, Tumblr, Reddit, Sina Weibo.

Selama 2019 sebagaimana diberitakan oleh kumparan.com (2020, 21 February) pengguna internet di Indonesia yang berusia 16 hingga 64 tahun memiliki waktu rata-rata selama 7 jam 59 menit per hari untuk berselancar di dunia maya. Angka tersebut melampaui rata-rata global yang hanya menghabiskan waktu 6 jam 43 menit di internet per harinya. Waktu bercengkrama penduduk Indonesia dengan internet tersebut membawa Indonesia ke dalam daftar 10 besar negara yang kecanduan internet. Indonesia menduduki posisi delapan dalam daftar negara paling lama menghabiskan waktunya berselancar internet. Pencapaian ini sebenarnya 'menurun' dibandingkan tahun lalu, yang kala itu Indonesia berada di peringkat lima. Indonesia juga punya pencapaian lain dalam jumlah pengguna media sosial. Masih dari riset yang sama, jumlah pengguna media sosial di Indonesia sudah mencapai 160 juta, meningkat 8,1 persen atau 12 juta pengguna dibandingkan tahun lalu. Dengan begitu, penetrasi penggunaan media sosial di Indonesia sudah mencapai 59 persen dari total jumlah penduduk. Rata-rata penggunaan media sosial di Indonesia mencapai 3 jam 26 menit per hari. Angka itu juga di atas rata-rata global yang mencatat waktu 2 jam 24 menit per hari. Data unik lainnya, rata-rata penduduk Indonesia memiliki sekitar 10 akun media sosial per orang, baik aktif maupun tidak aktif menggunakannya. Sementara 65 persen pengguna media sosial di Indonesia memanfaatkan platform tersebut untuk bekerja.

Fakta menarik yang bisa ditelaah adalah durasi penduduk Indonesia dalam mengakses internet yang mencapai 3 jam 26 menit per hari. Tentu yang menjadi pertanyaan selanjutnya adalah jenis apa yang mereka akses? Dilaporkan oleh Taufik Fajar (2019, 5 March) dengan mengutip Studi Nielsen pada 2018 menunjukkan bahwa meskipun durasi menonton TV masih tertinggi, yaitu rata-rata 4 jam 53 menit setiap harinya, durasi mengakses Internet menjadi tertinggi kedua yaitu rata-rata 3 jam 14 menit per harinya; disusul oleh mendengarkan Radio (2 jam 11 menit), membaca Koran (31 menit) dan membaca Majalah (24 menit). Data ini menunjukkan bahwa durasi penonton TV masih tertinggi, dengan Digital Content Ratings dapat diketahui juga rincian profil penonton Nieow Huajai Sut Glai Peun (The Spirit Of the Ruler) episode 1. Penonton yang hanya menonton melalui TV adalah 58 persen wanita, 28% penontonya berusia di atas 50 tahun dan durasi menonton adalah 55 menit. Orang yang menonton melalui Online Live adalah 56 persen wanita, 45 % persen penontonya berusia 21-34 tahun dengan durasi menonton 31 menit. Sementara lebih dari setengah (53%) yang menonton melalui online (Video on Demand) adalah penonton yang berusia 21-34 tahun dengan durasi menonton 12 menit.

Selama masa pandemi yang mengharuskan sebagian besar penduduk Indonesia untuk tetap tinggal di rumah, konsumsi tontonan online meningkat drastis. Tontonan online yang menjadi pilihan masyarakat Indonesia adalah tontonan drama televisi, salah satunya drama Korea, karena dianggap merupakan budaya populer sejak rentang tahun 2002 secara formalnya melalui tayangan di salah satu televisi swasta, dan tahun 2010 berkembang pesat melalui jaring streaming (lihat Velda Ardia, 2014; Idola Perdini Putri, Farah Dhiba Putri Liany, & Reni Nuraeni, 2019). Menurut hasil penelitian Syarfina Mahya Nadila, Ranny Rastati, Annisa Meutia Ratri, & Wahyudi Akmaliah (2020) baik sebelum maupun selama masa pandemi terjadi

peningkatan yang besar seperti serial 'The World of the Married,' 'Crash Landing on You,' dan 'Hospital Playlist,' dari segi frekuensi konsumsi juga terdapat beberapa temuan penting, 41,3% responden menonton K-Drama lebih dari 6 kali dalam seminggu. Selain itu, terdapat perbedaan durasi menonton K-Drama sebelum dan selama pandemi COVID-19. Perbedaan tersebut terletak pada rata-rata durasi menonton K-Drama. Sebelum pandemi COVID-19 rata-rata, waktu menonton responden kami sekitar 2,7 jam per hari. Sedangkan pada saat pandemi COVID-19 rata-rata waktu menonton meningkat menjadi 4,6 jam per hari, sehingga konsumsi waktu luang menjadi penting selama masa krisis.

Salah satu serial yang dinantikan oleh penonton adalah 'The World of the Married,' yang dilaporkan bahkan mencapai rating tertinggi dalam sejarah pertelevisian Korea Selatan (Ranny Rastati, 2020). Banyak penonton setia serial ini begitu simpati dengan pemeran protagonis dan sangat membenci pemeran antagonis, sehingga seringkali mengeskpresikan kebencian pada media sosial pemeran antagonis serial tersebut sehingga merasa tidak nyaman dan terganggu (e.g. Anonymous, 2020, 20 August; Nunung Nasikhah, 2020, 18 May). Hubungan terjalin antara penonton dengan pemeran dalam serial tersebut tentu saja menjadi hubungan yang tidak masuk akal, hanya karena penonton begitu menghayati alur serial tersebut. Hubungan terjalinpun menjadi hubungan sosial yang tidak langsung atau parasosial yang berlangsung tidak sehat seperti sikap sebagian masyarakat Amerika Serikat terhadap presiden Trump (Kelly, McCall & Dowell, 2020).

Penelitian ini dimaksudkan untuk meneliti sejauhmana parasosial yang terjadi pada mahasiswa menonton drama Korea ketika selama disarankan untuk tetap tinggal di rumah semasa pandemi, karena sebagian besar mahasiswa merupakan generasi Z yang terbiasa dengan tontonan daring (Duffett, 2020). Parasosial banyak berdampak pada generasi muda berupa efek ilusi, ketika saat menonton, mengalami sesuatu yang sebenarnya tidak ada tetapi dirasa eksis ada dan efek bias emosional, ketika orang membenamkan emosi ke dalam hubungan dengan figur media dan mulai menganggapnya sebagai orang yang nyata (padahal sebenarnya tidak) dan, akibatnya, karena emosi, efek dari konsep pribadi ini berubah, yang mengubah perilaku ketika relasi parasosial yang ada mengubah pola perilaku individu dan menambahkan yang baru (efek paracreativity penggemar, perilaku konsumen, modifikasi konsep diri) (lihat Chaplinska, 2020; Johnson, 2015; Kaayo, 2019).

Diungkap oleh Jarzyna (2020) dengan adanya anjuran untuk tetap tinggal di rumah selama pandemi Covid-19 karantina sangat membatasi proses sosialisasi nyata. Mereka yang tinggal sendiri memiliki e-mail dan video panggilan untuk mendukung mereka, tetapi hampir tidak ada kontak fisik jika mereka mematuhi aturan karantina. Selama waktu ini, orang-orang tampaknya mengandalkan media sosial dan menonton secara streaming serial sehingga memberi diri mereka perasaan terhubung dengan orang lain lebih dari sebelumnya, yang membentuk karakter parasosial. Mahasiswa merupakan generasi yang paling aktif mengakses internet baik berkenaan dengan komunikasi, entertainen, dan pendidikan (e.g. Dona Syafrina, Dian Putri Permatasari, & Yuliezar Perwira Dara, 2016; Zunaira Zafar, Farahat Ali, Muhammad Awais, & Muzammil Saeed, 2020).

Kajian Literatur

Interaksi Parasosial pada Drama Korea

Interaksi parasosial adalah respon yang diberikan seseorang terhadap figur media di televisi seakan-akan figur media tersebut benar-benar ada dalam ruangan tempat dia berada (lihat Stever, 2010; Sherman-Morris, 2006). Terjadinya interaksi parasosial disebabkan oleh beberapa alasan yakni: (1) task attraction yakni menunjukkan ketertarikan berdasarkan talenta dan kemampuan yang dimiliki oleh selebritis; (2) identification attraction menunjukkan keinginan untuk menjadi seperti selebritis, berkembang juga pemikiran bahwa selebritis mirip seperti diri sendiri; dan (3) romantic attraction yakni menunjukkan ketertarikan berdasarkan penampilan fisik atau potensi untuk menjadi pasangan. Hal tersebut mengacu untuk menjadi terjalin hubungan (berpacaran), menikah, melakukan hubungan fisik. Dari ketiga penyebab interaksi parasosial tersebut, maka romantic attraction merupakan alasan utama yang berkembang terjadinya interaksi parasosial (Tukachinsky & Stever, 2019).

Walaupun demikian menurut temuan Wika Bia Adita & Rosmawati (2018) terhadap penonton drama Korea usia menunjukkan bahwa tidak semua penonton setia drama Korea tidak menjadi interaksi parasosial, perilaku yang ditampilkan meliputi berfikir menonton hal yang menyenangkan, menyanggupi tantangan yang diberikan teman dalam menonton drama Korea, menonton di waktu tidur, penting mengetahui akhir cerita dengan cepat, ingin menonton kembali dan gelisah jika tidak menonton drama Korea. Hasil penelitian ini berbeda dengan temuan yang didapat oleh Fauziah Auliya & Siti Qodariah (2018) pada wanita dewasa menunjukkan dalam kategori interaksi parasosial yang tinggi, terutama pada aspek task attraction. romantic attraction dalam masyarakat Indonesia memiliki preporsi kritis yang berbeda terhadap budaya dan sosok laki-laki yang ditampilkan dalam tayangan drama Korea, karena ketika mereka menemukan konten budaya yang serupa, seperti ramah-tamah, sopan-santun dan pekerja keras, khalayak bersikap dominant hegemonic. Tetapi saat menemukan konten budaya minum minuman keras di Korea, masyarakat terbagi menjadi negotiated reading dan oppositional reading (e.g. Maria Erniyanti Kedi, 2013; Amy Nur Islamiyati, 2017).

Tentu saja interaksi parasosial berbeda dengan interaksi sosial, namun seringkali interaksi parasosial berkembang menjadi ilusi interaksi pribadi (lihat Edward Schiappa, Peter B. Gregg & Dean E. Hewes, 2005; Kurtin, O'Brien, Roy, & Dam, 2018). Hal ini diakui oleh Horton dan Wohl (Katrine Kavli, 2012) bahwa hubungan interaksi parasosial bersifat ilusi interaksi pribadi dikarenakan: (1) menjadi sepihak, khususnya hubungannya dilakukan dan dipelihara secara tidak langsung oleh figur ditonton. Penonton pasif, tetapi menerima hubungan parasosial; (2) tidak rentan terhadap pengembangan bersama, sebagai penonton tidak bisa hanya mengubah interaksi parasosial dalam berpartisipasi. Jika penonton tidak puas dengan hubungan parasosial dia hanya bisa menarik diri darinya; (3) terdiri dari penonton dan persona yang dikendalikan oleh figur yang ditonton; dan terakhir, (4) bersikap nondialektis dalam arti penonton menerima persona dan hubungan parasosial dan interaksi tanpa memeriksa ide yang bersaing, perspektif atau argumen yang terkait dengan persona dan hubungan.

Tinggal di Rumah Selama Pandemi

Munculnya virus Covid-19 di Indonesia mempengaruhi aktivitas sebagian besar pelajar yang harus ikut berdiam diri di rumah guna mencegah penularan virus secara meluas, pelajar yang semula melakukan aktivitas bebas di luar rumah sekarang berbanding terbalik yaitu mereka harus beraktivitas di dalam rumah sambil belajar dengan tatap muka virtual melalui pendidik di institusi pendidikan (Tabi'in, 2020). Tetap tinggal di rumah kecuali ada hal-hal yang tidak dapat dihindari merupakan langkah preventif yang sekarang ini bisa dilakukan, salah satu

cara yang dapat dilakukan untuk menyeimbangkan mental dalam rumah adalah upaya untuk memelihara ketenangan psikis sehingga dapat berpikiran positif, kegiatan mencari hiburan online dapat dipandang sebagai upaya meningkatkan ketenangan diri (Dana Riksa Buana, 2020). Dapat dikatakan bahwa tetap tinggal di rumah dapat mengurangi tingkat infeksi Covid-19 (Castillo, Staguhn, & Weston-Farber, 2020). Namun pada sisi lain kebijakan untuk tetap meminta masyarakat tinggal di rumah meningkatkan pembiayaan dan berdampak pada kerentanan kesehatan mental (Fowler, Hill, Levin, & Obradovich, 2020). Dari segi positif dinamika keluarga ketika tinggal di rumah memberikan hubungan orang tua-anak yang positif, meningkatkan kohesi pengasuhan, dan meningkatkan waktu berkualitas (Rushing, & Powell, 2015).

Signifikan Teori

Penelitian ini penting dilakukan untuk menggambarkan intensitas interaksi parasosial ketika menonton drama Korea selama tinggal di rumah, dengan pertanyaan menekankan besar atau tidaknya. Populasi yang diambil adalah para mahasiswa di berbagai perguruan tinggi negeri di kota Banjarmasin. Instrumen yang digunakan berbentuk angket tertutup yang mewakili variabel intensitas interaksi parasosial ketika menonton drama Korea selama tinggal di rumah dengan mengacu pada pandangan Bocarnea & Brown (2007) dan Deshinta Firstiana Sari (2015).

Metodologi Penelitian

Desain Penelitian

Peneliti menggunakan desain penelitian survei deskriptif untuk mengumpulkan pernyataan perwakilan sampel populasi mahasiswa yang menjangkau seluruh perguruan tinggi baik negeri maupun swasta di kota Banjarmasin yang diambil secara acak.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa pada perguruan tinggi baik negeri maupun swasta di kota Banjarmasin yang terdampak pandemi Covid-19. Untuk pengambilan sampel menggunakan teknik random sampling. Pengambilan random sampling yang dilakukan secara acak sehingga responden yang didapat adalah responden yang mengisi instrumen tersebut sehingga didapat 108 mahasiswa yang menjadi sampel.

Instrumen Pengumpulan Data

Penelitian menggunakan dua instrumen yang telah disusun berdasarkan instrumen Celebrity-Persona Parasocial Interaction Scale yang disusun oleh Bocarnea & Brown (2007) yang terdiri dari 20 item pernyataan dan instrumen yang disusun oleh Deshinta Firstiana Sari (2015) dalam meneliti motif menonton drama Korea di televisi oleh remaja kota Surabaya. Kedua instrumen digabung dan dibagi menjadi 2 (dua) bagian yakni bagian pertama merupakan pernyataan pilihan mendasarkan yang menggambarkan menonton 'drama Korea' yang terdiri dari 4 (empat) butir pernyataan yang memiliki pilihan bervariasi, kemudian pada bagian kedua yang merupakan pernyataan inti berupa instrumen interaksi parasosial terdiri dari 20 butir pernyataan. Pada instrumen ini disajikan dengan skala poin pilihan jawaban yakni: 1 = "Sangat Setuju," 2 = "Setuju," 3 = "Tidak Setuju," 4 = "Sangat Tidak Setuju." Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian survei, untuk mendeskriptif responden dalam

intensitas interaksi parasosial dalam menonton drama Korea ketika tinggal di rumah selama masa pandemi Covid-19.

Prosedur Pengambilan Data

Pembagian dua kuesioner diberikan secara acak pada mahasiswa yang berada di kota Banjarmasin di setiap perguruan tinggi baik negeri maupun swasta. Pembagian kuesioner dimaksud dibagi secara daring melalui share berantai dari grup media sosial, yang dititipkan pada satu sampel ke sampel lain. Pembagian kuesioner secara daring tersebut menggunakan aplikasi google form. Mengingat tidak memungkinkan untuk melakukan pembagian secara langsung dalam kondisi pandemi seperti ini, pembagian instrumen dibatasi dalam 3 (tiga) bulan dari rentang bulan Agustus sampai November pada tahun 2020. Dari jumlah populasi yang dimaksud maka terjaring sampel.

Metode Analisis Data

Teknik analisis data menggunakan analisis statistik persentase, dengan analisis deskriptif yang difasilitasi menggunakan program Microsoft Excel 2016 dan Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) versi 2020. .

Penyajian Hasil

Hasil Pertanyaan Mendasar

Hasil pertanyaan mendasar untuk menjawab pertanyaan mendasar tentang menonton drama Korea selama stay at home, tertera pada tabel berikut ini.

Tabel 1. Menonton Drama Korea selama Stay at Home

No.	Pertanyaan	Responden	Persentase (%)
1.	Apakah Anda merupakan penonton drama Korea?		
	Ya	84	78%
	Tidak	24	22%
2.	Seberapa rutin Anda menonton drama Korea selama stay at home?		
	Rutin menonton setiap hari	15	14%
	Tidak harus rutin menonton	93	86%
3.	Jumlah judul drama Korea yang Anda tonton selama stay at home?		
	Hanya 1 judul drama Korea	73	32%
	Lebih dari 1 judul drama Korea	35	68%
4.	Genre drama Korea yang sering Anda tonton selama stay at home?		
	Percintaan	40	37%
	Keluarga	9	8%
	Aksi	16	15%
	Komedi	17	16%
	Lain-lain	26	24%

Hasil Pernyataan Interaksi Parasosial

Tabel berikut menyajikan gambaran interaksi parasosial ketika menonton drama Korea.

Tabel 2. Interaksi Parasosial yang Terjadi

No	Pernyataan	1	2	3	4	N	Skor	Mean	TCR	Kategori
-----------	-------------------	----------	----------	----------	----------	----------	-------------	-------------	------------	-----------------

No	Pernyataan	1	2	3	4	N	Skor	Mean	TCR	Kategori
1	Menyaksikan artis favorit saya seperti bersama teman baik	27	45	25	11	108	304	2,81	70%	Setuju
2	Bila artis favorit tersebut tampil saya menonton acaranya.	29	44	26	9	108	309	2,86	72%	Setuju
3	Saya melihat artis favorit sebagai pribadi yang ramah.	29	58	14	7	108	325	3,01	75%	Setuju
4	Jika media membicarakan tentang artis favorit, saya akan membacanya.	29	49	22	8	108	315	2,92	73%	Setuju
5	Saya ingin bertemu artis favorit secara langsung.	52	23	20	13	108	330	3,06	76%	Setuju
6	Saya merasa memiliki pemahaman emosi yang dialami artis tersebut.	23	44	26	15	108	291	2,69	67%	Setuju
7	Saya memikirkan artis tersebut secara teratur.	5	14	49	40	108	200	1,85	46%	Tidak Setuju
8	Saya tidak memiliki perasaan apapun tentang artis favorit.	24	32	34	18	108	262	2,43	61%	Setuju
9	Saya suka menonton penampilan artis tersebut di televisi.	22	37	31	18	108	279	2,58	65%	Setuju
10	Sehari tidak mendapatkan informasi tentang artis tersebut, maka saya merasa rugi.	6	6	22	74	108	160	1,48	37%	Tidak Setuju
11	Mencari informasi tentang artis itu penting bagi saya.	11	27	37	33	108	232	2,15	54%	Setuju
12	Saya berteman di akun media sosial pribadi artis tersebut secara khusus.	10	40	36	22	108	254	2,35	59%	Setuju
13	Saya searching mendalam di internet untuk mendapatkan lebih banyak informasi tentang artis tersebut.	10	37	38	23	108	250	2,31	58%	Setuju
14	Saya ingin berkomunikasi dengan artis tersebut secara langsung.	36	37	19	16	108	309	2,86	72%	Setuju
15	Artis favorit saya itu memahami apa yang saya rasakan.	5	10	41	52	108	356	3,30	82%	Sangat Setuju
16	Saya terkadang berkomentar di akun media sosial artis tersebut.	17	23	29	39	108	234	2,17	54%	Setuju
17	Saya sangat menyadari detail kehidupan artis favorit saya.	2	14	41	51	108	183	1,69	42%	Tidak Setuju
18	Saya memahami kehidupan pribadi artis favorit itu.	5	21	31	51	108	196	1,81	45%	Tidak Setuju
19	Saya berharap dapat melihat artis favorit di televisi atau media online secara langsung.	40	41	15	12	108	325	3,01	75%	Setuju
20	Saya tidak terlalu tertarik pada artis favorit saya.	14	23	36	35	108	308	2,85	71%	Setuju
Jumlah		396	625	592	547					
Mean		19,8	31,3	29,6	27,4					
Maksimal		52	58	49	74					
Minimum		2	6	14	7					
Standar Deviasi		13,61	14,2	9,43	18,7					

Berdasarkan tabel di atas, maka perlu pula untuk dianalisis pernyataan kategori per item untuk mendapatkan gambaran utuh intensitas interaksi parasosial secara statistik, yang ditentukan berdasarkan penskalaan kategori.

Tabel 3. Skala Per Item

Skala Per Item	Skor	Persentase
Sangat Setuju dengan skala 1	327- 432	78 – 100
Setuju dengan skala 2	218 – 326	52- 77
Tidak Setuju dengn skala 3	109 – 217	26 – 51
Sangat tidak setuju dengan skala 4	0 – 108	0 – 25

Dari tabel 3, maka perlu dirinci lagi kategori interaksi parasosial yang terjadi pada setiap item yang ada, maka didapat seperti tabel berikut.

Tabel 4. Berdasarkan Per Item Pertanyaan

	Kategori	Responden	
		F	Persentase
Intensitas Parasocial Interaction Mahasiswa Akibat Menonton Drama Korea Selama Stay At Home	Sangat Setuju	1	5%
	Setuju	15	75%
	Tidak Setuju	4	20%
	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Total		100%

Hasil analisis statistik deskriptif terhadap intensitas interaksi parasosial, seperti tersaji pada tabel berikut.

Tabel 5. Statistik Deskriptif Interaksi Parasosial

Variabel	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic
Interaksi Parasosial	20	196	160	356	271,10	12,430	55,591
Valid N (listwise)	20						3090,305

Peneliti membagikan instrumen pengambilan data secara random kepada mahasiswa yang menjadi responden di kota Banjarmasin, Indonesia dan didapat sebanyak 108 orang mahasiswa yang tersebar dari berbagai perguruan tinggi baik dari perguruan tinggi negeri hingga perguruan tinggi swasta. Hasil yang didapat menunjukkan bahwa 78% diantaranya responden mengaku menonton drama Korea selama stay at home ketika terjadi di masa pandemi. Walaupun demikian mereka mengaku tidak secara rutin dan teratur dalam menonton (86%). Adapun judul drama Korea yang mereka tonton bervariasi (68%), meskipun demikian sebagian besar mereka menonton drama dengan genre percintaan sebesar 37%. Tidak sedikit pula mereka mengatakan bahwa genre yang mereka tonton merupakan genre yang bervariasi atau campuran, yakni sebanyak 24%.

Berdasarkan gambaran tersebut, apakah hal tersebut akan berpengaruh pada intensitas interaksi parasosial mereka selama terjadi masa pandemi ini, ketika sebagian besar orang banyak stay at home? Secara umum, berdasarkan rata-rata per item masuk dalam kategori 'setuju' (75%). Ini membuktikan bahwa intensitas interaksi parasosial besar terhadap aktor dan aktris drama Korea, bahkan responden memberi informasi kepada peneliti, bahwa mereka meyakini aktor dan artis favorit memahami apa yang mereka rasakan, salah satu butir pernyataan dengan tingkatan pilihannya besar 82%. Karakteristik intensitas interaksi parasosial lainnya yang ditemukan peneliti adalah sebagai berikut: (1) menyaksikan aktor/aktris favorit seperti bersama teman baik; (2) bila aktor/artis favorit tersebut tampil sulit untuk dilewati ditonton; (3) merasakan bahwa ia merupakan pribadi yang ramah; (4) jika media

membicarakannya, maka disimak dan diikuti perkembangannya; (4) tumbuhnya keinginan untuk bertemu langsung dengannya; (5) memiliki pemahaman emosi yang dialaminya; (6) mencari informasi tentangnya penting dilakukan; (7) Oleh karena itu, penting untuk berteman dan berkomentar di akun media sosial pribadinya; (8) ada keinginan kuat untuk berkomunikasi secara langsung; dan, (9) memiliki harapan kuat dapat melihatnya di televisi atau media online secara langsung.

Pembahasan

Intensitas interaksi parasosial mahasiswa ketika menonton drama Korea selama stay at home pada masa pandemi dapat dikatakan besar. Hal ini tidaklah keliru ketika para responden banyak tinggal di rumah tentunya selain kesibukkan dengan perkuliahan yang dilakukan secara online, tetapi tentu juga mereka membutuhkan media hiburan drama Korea sebagai pengalihan aktivitas hiburan yang mengharuskan untuk keluar rumah. Walaupun demikian tidak dipungkiri menonton drama Korea tidak hanya aktif selama pandemi namun sebelum pandemi juga, khususnya bagi mereka penyuka drama Korea secara mendalam. Terlihat pada temuan yang telah kami sebutkan pada analisis hasil penelitian semakin besar, hal ini diisyaratkan intensitas yang makin intensif pada kategori interaksi parasosial. Memang pada sisi lain harus diakui menonton drama Korea memiliki pengaruh dalam pembentukan karakter pada mahasiswa, terdapat pengaruh negatif yang signifikan yang suka menonton drama Korea terhadap karakter mahasiswa seperti menunda waktu shalat, mengabaikan tugas dari dosen, menonton drama Korea hingga larut malam serta meninggalkan aktivitas nyata dalam kehidupan sehari-hari (Diana Annisa Fitri, 2019; Herpina & Amsal Amri, 2017).

Oleh karena itu, interaksi parasosial semakin mendalam bagi penonton sehingga realistik hidup figur tersebut dianggap sebagai kenyataan yang dijalani dan dirasakan oleh penonton (Hu, 2016). Hal ini ditandai dengan kebiasaan para penonton kemudian berubah menjadi penggemar setia, dengan setia mengikuti perjalanan hidup dan aktivitas keseharian seperti yang diakui oleh para responden, dengan mengikuti mereka di media sosial sang figur selebritis. Mungkin tepat dikatakan konstruksi interpersonal dikembangkan oleh mereka yang teridentifikasi interaksi parasosial dipengaruhi oleh motivasi untuk mengeksplorasi kehidupan pribadi publik figur melalui media sosial (Frederick, Lim, Clavio, & Walsh, 2012). Sudah tentu pada akhirnya peranan media sosial memegang peranan penting dalam menentukan arah interaksi parasosial menuju hubungan yang ekuitas (Lin Yuan, Kim, & Kim, 2016).

Temuan kami secara mengejutkan interaksi parasosial berlangsung lebih intens apabila publik figur mampu menunjukkan penampilan fisik dan kemampuan verbal yang menarik, sehingga penonton yang menganggapnya menarik dan semakin kuat kemampuan mengambil perspektif mereka, semakin intens parasosial mereka. Pengalaman parasosial yang lebih kuat menghasilkan komitmen yang lebih tinggi terhadap norma sosial dan kenikmatan yang lebih besar dari situasi eksposur (Hartmann & Goldhoorn, 2011).

Kesimpulan dan Rekomendasi

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan di atas, maka terdapat kesimpulan yang dapat disampaikan, yakni intensitas interaksi parasosial mahasiswa ketika menonton drama Korea selama stay at home pada masa pandemi masuk dalam kategori setuju/besar. Banyak penggembar/penonton memiliki keinginan kuat untuk berinteraksi parasosial secara kuat. Selain

itu pula, dorongan interaksi parasosial makin menjadi besar karena aktifnya mereka menonton drama Korea ketika memilih stay at home, sehingga memiliki waktu yang besar mencermati perjalanan hidup dan aktivitas para selebritis. Pada kesempatan ini di masa pandemi maka peran publik figur pada masa pandemi sangat efektif memfilter berita palsu dan menekankan informasi yang positif dimasa pandemi Covid-19 (e.g. Cohen, 2020; Mututwa, & Matsilele, 2020; Oberiri Destiny Apuke & Bahiyah Omar, 2020).

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini terbatas pada perguruan tinggi yang ada di kota Banjarmasin, dengan pengambilan sampel yang dilakukan secara acak. Sifat pengambilan terbatas secara deskripsi melalui survei, sudah tentu ada faktor-faktor pengiring yang perlu dieksplorasi secara mendalam kualitatif secara mendalam, dengan pengambilan sampel tidak intensif pada kelompok yang memiliki keekatan dengan publik figur pada drama Korea.

Ucapan Terimakasih

Ucapan terimakasih kami sampaikan kepada berbagai pihak yang telah membantu pembagian sampel terutama kepada mahasiswa di berbagai perguruan tinggi di kota Banjarmasin.

Referensi

- Agus Tri Haryanto. (2020, 20 February). Riset: Ada 175, 2 Juta Pengguna Internet di Indonesia. *detik.com* [Online]. Available: <https://inet.detik.com/cyberlife/d-4907674/riset-ada-1752-juta-pengguna-internet-di-indonesia> [2020, 21 August].
- Amy Nur Islamiyati. (2017). *Drama Korea dan khalayak (penerimaan perempuan Indonesia terhadap budaya dan sosok laki-laki yang ditampilkan dalam tayangan drama Korea)*. Undergraduate thesis in Communication Studies Program, Faculty of Communication and Informatics, University of Muhammadiyah Surakarta: unpublished.
- Anonymous. (2020, 20 August). Balasan Han So Hee Setelah Diserang Netizen Indonesia karena Pelakor di The World of The Married. *Bangkapos.com* [Online]. Available: <https://bangka.tribunnews.com/2020/04/23/balasan-han-so-hee-setelah-diserang-netizen-indonesia-karena-pelakor-di-the-world-of-the-married> [2020, 21 August].
- Anonymous. (2020, 21 February). Riset: 64% Penduduk Indonesia Sudah Pakai Internet. *kumparan.com* [Online]. Available: <https://kumparan.com/kumparantech/riset-64-penduduk-indonesia-sudah-pakai-internet-1ssUCDbKILp/full> [2020, 21 August].
- Bocarnea, M.C., & Brown, W.J. (2007). Celebrity-Persona Parasocial Interaction Scale, in R.A. Reynolds, R. Woods, & J.D. Baker (Ed.). *Handbook of Research on Electronic Survey and Measurements*. pp. 309-312. Hershey, PA: Idea Group Reference.
- Castillo, R. C., Staguhn, E. D., & Weston-Farber, E. (2020). The effect of state-level stay-at-home orders on COVID-19 infection rates. *American journal of infection control*, 48(8): 958–960. <https://doi.org/10.1016/j.ajic.2020.05.017>.
- Chaplinska, Y. (2020). Parasocial media effects. *Psychological Journal*, 6(4): 64-74. <https://doi.org/10.31108/1.2020.6.4.5>
- Cohen, E. L. (2020). Stars—they're sick like us! The effects of a celebrity exemplar on COVID-19-related risk cognitions, emotions, and preventative behavioral intentions. *Science Communication*, 42(5): 724–741. doi: <https://doi.org/10.1177/1075547020960465>.
- Dana Riksa Buana. (2020). Analisis perilaku masyarakat Indonesia dalam menghadapi pandemi virus corona (covid-19) dan kiat menjaga kesejahteraan jiwa. *SALAM; Jurnal Sosial & Budaya Syar-i*, 7 (3): 217-226. doi: 10.15408/sjsbs.v7i3.15082.

- Deshinta Firstiana Sari. (2015). Motif menonton drama korea di televisi oleh remaja Surabaya. *COMMONLINE*, 4(1): 60-72.
- Diana Annisa Fitri. (2019). *Pengaruh drama Korea terhadap karakter mahasiswa PAI (Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung)*. Undergraduate thesis at the Department of Islamic Religious Education, Faculty of Tarbiyah and Teacher Training, Raden Intan State Islamic University: Unpublished.
- Dona Syafrina, Dian Putri Permatasari, & Yuliezar Perwira Dara. (2016). Parasosial dan romantic beliefs: studi pada penonton serial drama Korea. *MEDIAPSI*, 2 (2): 16-22. doi: <http://dx.doi.org/10.21776/ub.mps.2016.002.02.3>.
- Duffett, R. (2020). The YouTube Marketing Communication Effect on Cognitive, Affective and Behavioural Attitudes among Generation Z Consumers. *Sustainability*, 12(12), 5075. MDPI AG. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.3390/su12125075>.
- Edward Schiappa, Peter B. Gregg & Dean E. Hewes. (2005). The parasocial contact hypothesis. *Communication Monographs*, 72(1): 92-115, doi: 10.1080/0363775052000342544.
- Fauziyah Auliya & Siti Qodariah. (2018). Studi deskriptif mengenai interaksi parasosial pada wanita dewasa awal di Komunitas Army Bandung (Descriptive study of parasocial interaction in early adult women at Army Bandung Community). Proceedings in *Seminar Penelitian Sivitas Akademika Unisba (Spesia)*, Bandung, February 2018: 95-102.
- Fowler, James H., Hill, Seth J., Levin, Remy, & Obradovich, Nick. (2020). *The effect of stay at home orders on COVID-19 infections in the United States*. Research Report on Cornell University. doi: <https://doi.org/10.1101/2020.04.13.20063628>.
- Frederick, E., Lim, C., Clavio, G., & Walsh, P. (2012). Why we follow: an examination of parasocial interaction and fan motivations for following athlete archetypes on twitter. *International Journal of Sport Communication*, 5: 481-502. doi:10.1123/IJSC.5.4.481.
- Hartmann, T. & Goldhoorn, C. (2011). Horton and Wohl revisited: exploring viewers' experience of parasocial interaction. *Journal of Communication*, 61: 1104-1121. doi: <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2011.01595.x>
- Herpina & Amsal Amri. (2017). Dampak ketergantungan menonton drama Korea terhadap perilaku mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Syiah Kuala. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah*, 2(2): 1-13.
- Hu, M. (2016). The influence of a scandal on parasocial relationship, parasocial interaction, and parasocial breakup. *Psychology of Popular Media Culture*, 5(3): 217–231. doi: <https://doi.org/10.1037/ppm0000068>
- Idola Perdini Putri, Farah Dhiba Putri Liany, & Reni Nuraeni. (2019). K-Drama dan penyebaran Korean wave di Indonesia. *ProTVF*, 3(1): 68-80. doi : <https://doi.org/10.24198/ptvf.v3i1.20940>.
- Jarzyna, C.L. (2020). Parasocial Interaction, the COVID-19 quarantine, and digital age media. *Human Arenas*. <https://doi.org/10.1007/s42087-020-00156-0>
- Johnson, Kevin. (2015). *Loneliness, parasocial interaction, and the media: tracing the patterns of understanding*. A thesis submitted to the Department of Communication University of Ottawa: Unpublished.
- Kaayo, Ian Junior. (2019). *Parasocial interaction and identification toward media personae and their correlation with pathological personality traits among emerging adults in USIU – Africa*. A thesis report submitted to the School of Humanities and Social Sciences United States International University – Africa: Unpublished.
- Katrine Kavli. (2012). The player's parasocial interaction with digital entities. In *Proceeding of the 16th International Academic MindTrek Conference (MindTrek '12)*. Association for Computing Machinery, New York, NY, USA, 83–89. doi:<https://doi.org/10.1145/2393132.2393150>.

- Kelly S, Goke R, McCall M & Dowell SG. (2020). Parasocial relationships with President Trump as a predictor of COVID-19 information seeking. *Frontiers in Communication*, November(5). 5: 596663. doi: 10.3389/fcomm.2020.596663.
- Kurtin, K., O'Brien, N., Roy, D., & Dam, L. (2018). The development of parasocial interaction relationships on youtube. *The Journal of Social Media in Society*, 7(1): 233-252.
- Lin Yuan, Chun, Kim, Juran, & Kim, Sang Jin. (2016). Parasocial relationship effects on customer equity in the social media context. *Journal of Business Research*, 69(9): 3795-3803. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.12.071>
- Maria Erniyanti Kedi. (2013). Persepsi perempuan tentang tayangan drama romantis Korea di Indosiar. *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 2(2): 20-24. doi: <https://doi.org/10.33366/jisip.v2i2.54>.
- Mututwa, W. T. & Matsilele, T. (2020). COVID-19 infections on international celebrities: self presentation and tweeting down pandemic awareness. *JCOM* 19 (05), A09. <https://doi.org/10.22323/2.19050209>.
- Nunung Nasikhah. (2020, 18 May). Dapat *Stereotype* Buruk, Banyak Cewek Indonesia Diblokir Sama Bule. *Urbanasia* [Online]. Available: <https://www.urbanasia.com/dapat-stereotype-buruk-banyak-cewek-indonesia-diblokir-sama-bule--U13513> [2020, 21 August].
- Oberiri Destiny Apuke & Bahiyah Omar. (2020). Modelling the antecedent factors that affect online fake news sharing on COVID-19: the moderating role of fake news knowledge. *Health Education Research*, 35(5): 490–503. doi: <https://doi.org/10.1093/her/cyaa030>
- Oik Yusuf. (2014, 24 November). Pengguna Internet Indonesia Nomor Enam Dunia. *kompas.com* [Online]. Available: <https://tekno.kompas.com/read/2014/11/24/07430087/Pengguna.Internet.Indonesia.Nomor.Enam.Dunia> [2020, 21 August].
- Ranny Rastati. (2020). Pandemi dan perselingkuhan: faktor di belakang kesuksesan drama Korea 'The World of the Married. The Conversation [Online]. Available <https://theconversation.com/pandemi-dan-perselingkuhan-faktor-di-belakang-kesuksesan-drama-korea-the-world-of-the-married-138809>.
- Rushing, C., & Powell, L. (2015). Family dynamics of the stay-at-home father and working mother relationship. *American Journal of Men's Health*: 410–420. doi: <https://doi.org/10.1177/1557988314549414>.
- Sherman-Morris, Kathleen. (2006). *A place for PSI: finding a role for parasocial interaction in Hazards Research*. A dissertation submitted to the Department of Geography, Florida State University: Unpublished.
- Stever, G. S. (2010). Fan behavior and lifespan development theory: explaining para-social and social attachment to celebrities. *Journal of Adult Development*, 18(1), 1–7. doi:10.1007/s10804-010-9100-0.
- Syarfina Mahya Nadila, Ranny Rastati, Annisa Meutia Ratri, & Wahyudi Akmaliah. (2020). Survey result: K-Drama consumption amidst COVID-19 pandemic in Indonesia. *Masyarakat dan Budaya*, 11(16): 13-15.
- Tabi'in, A. (2020). Problematika *stay at home* pada anak usia dini di tengah pandemi covid 19. *Jurnal Golden Age*, 4 (1): 190-200.
- Taufik Fajar. (2019, 5 March). Studi Nielsen: Pemirsa Indonesia Habiskan 5 Jam Nonton TV, 3 Jam Berselancar di Internet. *okezone.com* [Online]. Available: <https://economy.okezone.com/read/2019/03/05/320/2025987/studi-nielsen-pemirsa-indonesia-habiskan-5-jam-nonton-tv-3-jam-berselancar-di-internet> [2020, 28 August 2020].
- Tukachinsky, R & Stever, G. S. (2019). Theorizing development of parasocial engagement. *Communication Theory*. 29(3): 297–318. <https://doi.org/10.1093/ct/qty032>
- Velda Ardia. (2014). Drama Korea dan budaya populer. *Jurnal Komunikasi*, 2(3): 12-18.

- Wika Bia Adita & Rosmawati. (2018). Perilaku kecanduan menonton drama korea dan hubungan sosial pada siswa SMPN 13 Pekanbaru. *Jurnal Online Mahasiswa FKIP*, 5(1): 1-15.
- Zunaira Zafar, Farahat Ali, Muhammad Awais, & Muzammil Saeed. (2020). Exposure to mediated celebrities and mate preferences: the mediating role of identification and parasocial relationships. *Journal of Organizational Culture, Communications and Conflict*, 24(1): 1-16.