

**ANALISIS HUBUNGAN PARASOSIAL PENGGEMAR TAYLOR SWIFT
MELALUI TREN TIKTOK “DEAR MBAK TAYLOR”**

LOISASITA JECKLYN

E021201054



**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR**

2023

**ANALISIS HUBUNGAN PARASOSIAL PENGGEMAR TAYLOR SWIFT
MELALUI TREN TIKTOK “DEAR MBAK TAYLOR”**

LOISASITA JECKLYN

E021201054

*Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada
Departemen Ilmu Komunikasi*

**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2023**

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

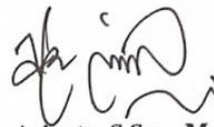
Judul skripsi : Analisis Hubungan Parasosial Penggemar Taylor Swift
melalui Tren TikTok "Dear Mbak Taylor"
Nama Mahasiswa : Loisasita Jecklyn
Nomor Pokok : E021201054

Makassar, 12 Juni 2024

Menyetujui,

Pembimbing I**Pembimbing II****Dr. Alem Febri Sonni, S.Sos., M.Si.**

NIP. 197402232001121002

**Dr. Arianto, S.Sos., M.Si**

NIP. 197307302003121002

Mengetahui,

Ketua Departemen Ilmu Komunikasi**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik****Universitas Hasanuddin****Dr. Sudirman Karnav, M.Si.**

NIP. 196410021990021001

HALAMAN PENERIMAAN TIM EVALUASI

Telah diterima oleh Tim Evaluasi Skripsi Sarjana Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin untuk memenuhi sebagian syarat-syarat guna memperoleh gelar kesarjanaan dalam Departemen Ilmu Komunikasi Konsentrasi *Public Relation*, Pada hari Kamis Tanggal Delapan Belas Juli Tahun Dua Ribu Dua Puluh Empat.

Makassar, 24 Juli 2024

Tim Evaluasi

Ketua : Dr. Alem Febri Sonni, S.Sos., M.Si.

()

Sekretaris : Rahmatul Furqan, S.Ikom., MGMC.

()

Anggota : 1. Dr. Sudirman Karnay, M.Si.

()

2. Dr. Arianto, S.Sos., M.Si.

()

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Loisasita Jecklyn
NIM : E021201054
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang : S1

Menyatakan dengan ini bahwa karya tulisan saya yang berjudul: **Analisis Hubungan Parasosial Penggemar Taylor Swift melalui Tren TikTok “Dear Mbak Taylor”** adalah karya tulisan saya sendiri dan bukan merupakan pengambilalihan tulisan orang lain dan skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan skripsi ini adalah hasil karya orang lain, maka saya bersedia untuk menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Makassar, 12 Juni 2024

Yang Menyatakan,



Loisasita Jecklyn

KATA PENGANTAR

In the name of the Father, and of the Son, and of the Holy Spirit. Amen

“Kita tahu sekarang, bahwa Allah turut bekerja dalam segala sesuatu untuk mendatangkan kebaikan bagi mereka yang mengasihi Dia, yaitu bagi mereka yang terpanggil sesuai dengan rencana Allah”

Roma 8:28

Puji dan Syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah Bapa Yang Maha Kuasa, yang telah memberikan berkat, karunia, serta kemurahan-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Hubungan Parasosial Penggemar Taylor Swift melalui Tren TikTok *Dear Mbak Taylor*”. Skripsi ini merupakan tugas akhir untuk memperoleh gelar kesarjanaan Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin.

Peneliti menyadari pula bahwa ada banyak tantangan dan hambatan dalam proses penulisan skripsi ini. Namun dalam setiap kesusahan, akan selalu diberikan jalan keluar untuk melewati tiap prosesnya. Selama penyusunan skripsi ini juga tak lepas dari doa, dukungan, bantuan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan penuh kasih dan kerendahan hati, peneliti mengucapkan limpah terima kasih kepada :

1. **Allah Bapa Yang Maha Kuasa** pencipta langit dan bumi yang senantiasa melimpahkan rahmat dan kemurahannya kepada peneliti sehingga peneliti dapat melalui segala proses terutama proses studi hingga penyusunan skripsi

saat ini. Sungguh besar kuasa dan kasih-Nya yang peneliti rasakan dalam setiap langkah hidup peneliti.

2. Orang tua terkasih, **Mama, Alm. Agustina Rampo Lebang dan Papa, Marthen Pakiding**. Kedua orang terpenting yang telah berjasa bagi peneliti sejak peneliti hadir di dunia ini. Terima kasih sedalam-dalamnya atas segala kasih sayang, pengorbanan, didikan, materi dan perhatian yang tidak terhitung banyaknya. Peneliti sangat bersyukur atas kehadiran papa yang dengan tulus hati membesarkan anak-anaknya seorang diri setelah mama telah tiada. Dan untuk mama, seorang yang sangat istimewa untuk peneliti, terima kasih atas cinta yang telah diberikan sejak peneliti lahir hingga peneliti berusia 15 tahun. Meski sangat singkat, tapi terasa sangat berarti dalam kehidupan peneliti. 15 tahun yang berharga karena hidup dari kasih dan cinta yang sangat besar dan tulus. Peneliti mempersembahkan tugas akhir ini untuk beliau.
3. Kakak-kakak peneliti, **Leopoldus Yogel dan Vio Vinsensia**, terima kasih peneliti ungkapkan dari hati peneliti yang terdalam karena telah menjadi saudara yang sangat menjaga dan menyayangi peneliti. Terima kasih karena telah mengisi peran yang sangat penting dalam hidup peneliti. Kalian berdua adalah hadiah terbaik yang diberikan kedua orang tua kita kepada kita satu sama lain untuk saling menjaga disetiap perjalanan hidup kita.
4. Bapak **Dr. Alem Febri Sonni, S.Sos., M.Si.** selaku pembimbing I dan **Dr. Arianto, S.Sos., M.Si.** selaku pembimbing II yang telah memiliki dedikasi besar atas proses penyusunan tugas akhir ini. Terima kasih banyak peneliti ucapkan

dengan tulus atas kesediaan, waktu, tenaga, keramahan, bimbingan dan arahan yang selama ini telah peneliti terima. Penyusunan skripsi ini tidak akan sempurna tanpa bimbingan yang sangat positif.

5. Bapak **Dr. Sudirman Karnay, M.Si.** selaku Ketua Departemen Ilmu Komunikasi, Universitas Hasanuddin sekaligus tim penguji, dan Bapak **Rahmatul Furqan, S.Ikom., MGMC** selaku tim penguji, serta Bapak **Nosakros Arya, S.Sos., M.I.Kom.** sebagai Sekretaris Departemen Ilmu Komunikasi yang telah memberikan tenaga dan waktunya untuk membimbing dan memberi arahan sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. **Seluruh Dosen pengajar Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin** dan **seluruh Staff Departemen Ilmu Komunikasi** yang telah memberikan ilmu yang sangat berguna dalam perjalanan peneliti selama masa perkuliahan dan kepada staff yang telah membantu segala urusan administrasi. Terkhususnya Ibu **Dr. Sitti Murniati Muchtar, S.Sos., S.H., M.Si** yang telah memberi saran dan arahan dalam mengurus segala proses penulisan akhir.
7. **Seluruh keluarga** peneliti yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam setiap perjalanan hidup peneliti. Kehangatan dan cinta dari keluarga peneliti terutama untuk kakak **Devince Salinding, Willybrordus Ricard, Rinaldy, Maerchy Putri Lebang, Anugrah Datu, dan Tante-tante** yang telah menjadi orang penting bagi peneliti dalam berbagi keluh kesah. Serta keponakan-keponakan peneliti **Aluna Zefanya, Eleora Clairine, Valerie dan Sheina** yang sangat lucu dan senantiasa membagikan kebahagiaan bagi peneliti.

8. Sahabat peneliti sejak SMA, **Nalparia Bara' Lembang** yang menjadi tempat membagikan segala hal, sebagai teman yang sangat tulus dan setia, segala urusan perkuliahan hingga tugas akhir peneliti lalu bersama. Terima kasih banyak atas segala waktu dan pengorbanan menemani peneliti dalam segala perjuangan selama ini. Dan juga kepada **Dhea Luckyta Parayo, Datu Limbong Palamba, Wildatikuyana Dolis, Isna Fanesha, Vinessa Tasya** yang telah menjadi teman bagi peneliti dalam menjalankan segala hal mulai selama 7 tahun dari SMA hingga saat ini. Terima kasih atas segala dukungan dan motivasi yang telah kalian berikan.
9. Sahabat setia peneliti di bangku perkuliahan, **Fatimah Azzahrah, Nabila Lutfiah Darwadi, Geiby Mita Saroinsong, Anugrah Padang, dan Wahyu Dwi Putra** yang selalu ada dalam proses perkuliahan dan menjadi teman berbagi keluh kesah, pemberi motivasi dan dukungan agar peneliti mampu menyelesaikan tugas akhir ini. Terima kasih telah membuat peneliti tidak merasa sendirian karena memiliki kalian dalam perjalanan ini.
10. Sahabat paduan suara DB'3, **Gillian Miracle, Nur Afriana, Salsabillah Aliyah, Seruni Rantegau, Isna Arnany** yang selama ini telah menjadi penyemangat dalam menjalani berbagai pengalaman-pengalaman baru dalam perjuangan mengikuti WCG. Dan juga kepada seluruh **keluarga paduan suara DB'3 Voice UNHAS**. Terima kasih atas dukungan, motivasi, dan hubungan baik sejak saat itu.

11. Sahabat peneliti sejak SMP, **Nadila Ratmajaya, Cein Parabak, Dan Olivia Padatuan** yang selama ini selalu menyemangati peneliti dalam tiap proses perjalanan sejak SMP hingga saat ini. Terima kasih atas 11 tahun persahabatan yang berharga dalam hidup peneliti yang selalu saling membantu selama ini.
12. Sahabat PPA, **Novianty Reni, Anastasya Lhaura, Triseti July, Marsika Palidan** yang selalu hadir dalam proses perjalanan hidup peneliti. Terima kasih atas segala dukungan, dan kesenangan yang telah dibagikan bersama peneliti dapat bertumbuh baik secara rohani maupun jasmani bersama kalian.
13. Seluruh sahabat KKN Desa Parasangan Beru tanpa terkecuali yang telah menjadi penyemangat dan sebagai teman berbagi selama KKN hingga saat ini, terima kasih kepada **Tia, Sinar, Tarisa, Nurul, Fitrah, Rais, Felis, Aidil dan Haidir** atas pertemanannya.
14. Seluruh **teman-teman Nalendra** tanpa terkecuali yang tidak dapat disebut satu persatu yang menghiasi dunia perkuliahan, dan juga senior-senior Ilmu Komunikasi. Terima kasih karena senantiasa memberikan motivasi, bantuan dan semangat dalam tiap proses perkuliahan, hingga penyusunan tugas akhir ini. Terima kasih kepada Kak **Theodora Nua Pasha**, Kak **Latifahtul Khaerani**, Kak **Jawahirus Sania**, dan Kak **Ipa Chadijah** yang telah bersedia memberi arahan dan semangat dalam proses peneliti menyusun skripsi ini.
15. Kepada **Keluarga Mahasiswa Katolik FISIP UNHAS** yang telah menjadi tempat peneliti menemukan saudara seiman yang saling mendukung dan juga

membangun semangat bagi peneliti. Dan juga teman-teman **PMKO FISIP UNHAS**.

16. **Portgas D. Dily** yang menjadi sahabat peneliti selama ini, terima kasih telah hadir memberikan hiburan dan kelucuan sehingga peneliti tidak merasa kesepian karena kucing tersayang peneliti ini, meski menghabiskan cukup banyak uang untuk membelikan cat food.
17. **Taylor Swift** yang telah menjadi motivasi dalam menemani peneliti bertumbuh dengan lagu-lagu yang sangat menyenangkan dan merupakan salah satu alasan peneliti mampu menyelesaikan tugas akhir ini.
18. Untuk series **Friends** yang menjadi teman peneliti dalam menyelesaikan tugas akhir peneliti. Sebuah TV series yang menemani peneliti dalam tiap momen peneliti merasa lelah. Sangat sederhana namun sangat menyenangkan karena memiliki banyak pelajaran hidup yang berguna bagi peneliti.
19. Kepada **kelima informan** yang telah bersedia menjadi narasumber peneliti, tanpa partisipasi dari mereka penelitian ini tidak akan selesai seperti saat ini.
20. Kepada diri saya sendiri, **Loisasita Jecklyn**, terima kasih karena telah berjuang selama ini, terima kasih karena telah kuat menjalani tiap suka duka dalam hidup. Jadilah orang hebat yang menjadi kebanggaan orang-orang baik yang mendukungmu. Terima Kasih.
21. Terakhir namun tak kalah penting, **Dietrich Bite' Lebang** yang merupakan sahabat peneliti sejak SMA, dan sekarang merupakan seseorang yang selalu ada bagi peneliti. Terima kasih diucapkan dengan tulus atas segala waktu,

dukungan, suka duka, kasih dan segala kebaikan yang telah diberikan selama ini. Peneliti sangat bersyukur atas kehadirannya dalam sepanjang proses hidup peneliti.

22. Dan **kepada seluruh pihak** yang tidak sempat peneliti sebutkan secara satu persatu. Terima kasih karena seluruh pihak tentunya sangat berperan dalam segala perjalanan hidup dan proses penyusunan skripsi ini. Peneliti berdoa kepada seluruh pihak yang terlibat sehingga senantiasa diberikan kesehatan dan kebahagiaan. Terima kasih

Peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan tanggapan dan saran yang bersifat membangun dalam skripsi ini. Peneliti juga berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua yang membaca dan membutuhkan.

Makassar, 11 Juli 2024

Loisasita Jecklyn

ABSTRAK

LOISASITA JECKLYN. Analisis Hubungan Parasosial Penggemar Taylor Swift melalui Tren TikTok “Dear Mbak Taylor”. (Dibimbing : Alem Febri Sonni dan Arianto).

Di era digital, media sosial menjadi wadah bagi para penggemar untuk berinteraksi dengan idola mereka. Salah satu fenomena yang menarik adalah tren TikTok “Dear Mbak Taylor”, di mana para penggemar Taylor Swift menuangkan isi hati mereka kepada sang idola melalui video pendek. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan parasosial yang terbentuk antara penggemar Taylor Swift dengan dirinya melalui tren tersebut.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang merupakan metode yang sesuai dengan topik penelitian untuk mendapatkan data dan informasi dari informan yaitu penggemar Taylor Swift di Media Sosial TikTok. ini memiliki berlangsung kurang lebih tiga bulan yang terhitung dari Maret 2024 hingga Mei 2024. Penelitian ini dikaji menggunakan konsep dan teori tentang hubungan parasosial dari Rubin & McHugh dan Gayle Stever.

Hasil dari penelitian ini bervariasi, terdapat satu dari kelima informan yang mengalami ketiga bentuk ketertarikan hubungan parasosial, sedangkan keempat informan lainnya mengalami setidaknya dua dari tiga bentuk ketertarikan hubungan parasosial. Dan ditemukan terdapat dua informan yang menganggap sang idola, Taylor Swift sebagai sosok keluarga. Hasil dari penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi pada pemahaman tentang fenomena hubungan parasosial di era digital, khususnya dalam konteks fandom Taylor Swift. Temuan penelitian ini juga dapat diaplikasikan dalam konteks yang lebih luas, seperti dalam memahami hubungan antara selebritas dan penggemarnya di era digital.

Kata Kunci: Hubungan Parasosial, Taylor Swift, Media Baru, Tren TikTok, Penggemar.

ABSTRACT

LOISASITA JECKLYN. Analysis of Parasocial Relationships between Taylor Swift Fans and Her through the TikTok Trend "Dear Mbak Taylor". (Supervised by: Alem Febri Sonni and Arianto).

In the digital age, social media has become a platform for fans to interact with their idols. One interesting phenomenon is the TikTok trend "Dear Mbak Taylor", where Taylor Swift fans pour their hearts out to their idol through short videos. This study aims to analyze the parasocial relationships formed between Taylor Swift fans and her through this trend.

This study uses a qualitative descriptive approach, which is a method that is appropriate for the research topic to obtain data and information from informants, namely Taylor Swift fans on TikTok social media. The research was conducted for approximately three months, from November 2023 to January 2024. This research is reviewed using the concepts and theories of parasocial relationships from Rubin & McHugh and Gayle Stever.

The findings of this study are diverse. One out of five informants experienced all three forms of parasocial relationship attraction, while the other four informants experienced at least two out of three forms. Additionally, two informants considered the idol, Taylor Swift, as a family member. The results of this study are expected to contribute to the understanding of the parasocial relationship phenomenon in the digital era, particularly in the context of Taylor Swift's fandom. The findings of this study can also be applied in a broader context, such as in understanding the relationship between celebrities and their fans in the digital era.

Keywords: Parasocial Relationships, Taylor Swift, NewMedia, TikTok Trend, Fans.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENERIMAAN TIM EVALUASI	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN KEASLIAN	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK.....	xiii
ABSTRACT	xiv
DAFTAR ISI.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	11
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	11
1. Tujuan Penelitian.....	11
2. Manfaat penelitian	12
D. Kerangka Konseptual	12
E. Definisi Konseptual	21

F. Metode Penelitian	23
1. Waktu dan Objek Penelitian.....	23
2. Tipe Penelitian.....	23
3. Teknik Pengumpulan Data	23
4. Teknik Penentuan Informan	25
5. Teknik Analisis Data	25
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	28
A. Komunikasi.....	28
B. <i>New Media</i>	30
C. Hubungan Parasosial (<i>Parasocial Relationship</i>).....	33
D. Bentuk Hubungan Parasosial.....	36
E. Aplikasi TikTok.....	39
F. Figur Taylor Swift.....	42
G. Fandom <i>Swifties</i>	45
BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	48
A. Perkembangan Platform TikTok	48
B. Taylor Swift dan <i>Swifties</i>	53
C. Gambaran Umum Tren TikTok	56
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	60
BAB V PENUTUP	86

A. Kesimpulan	86
B. Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN.....	94

BAB I

PENDAHULUAN

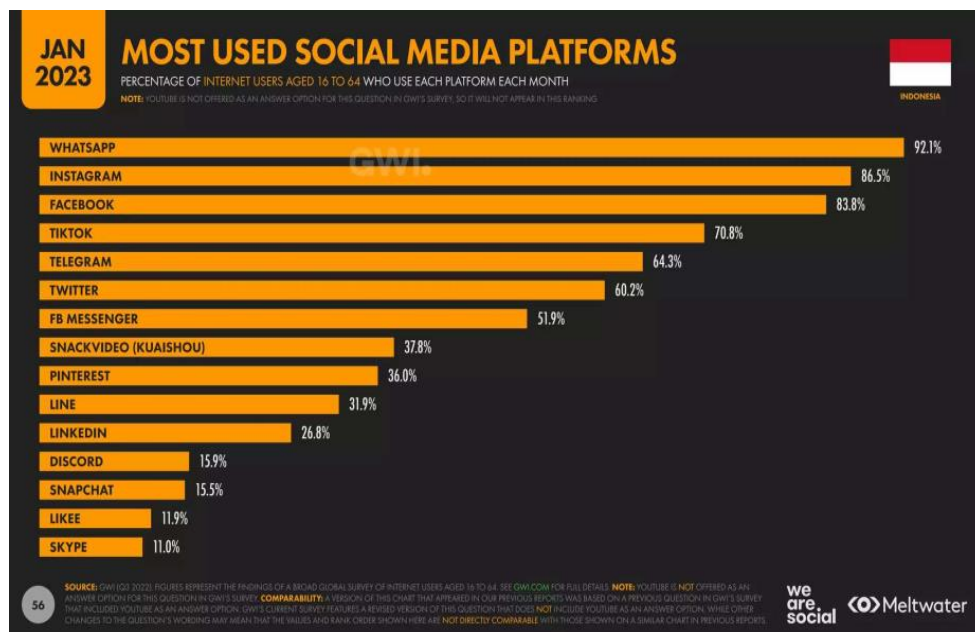
A. Latar Belakang

Era yang dijalani saat ini merupakan tempat segala sesuatunya berkaitan dengan teknologi komunikasi maupun informasi. Teknologi informasi berkembang pesat di seluruh dunia dan teknik baru terus ditemukan untuk meningkatkan efisiensi aktivitas manusia. Di era digital saat ini teknologi digunakan untuk menggantikan campur tangan manusia dalam berbagai aktivitas di segala bidang kehidupan manusia (Danuri, 2020).

Salah satu contoh kemajuan teknologi dalam bidang komunikasi dan informasi yang kian meluas seiring berjalannya waktu adalah media sosial. Kemajuan teknologi seperti internet dan perangkat seluler telah membuat media sosial menjadi semakin populer. Pengguna dapat mengirim dan menerima segala jenis informasi dengan sangat mudah dan cepat. Media sosial hadir dan menyajikan interaksi sosial yang sangat luas dengan berbagai pilihan informasi yang ingin di konsumsi serta melakukan komunikasi dengan banyak pilihan media (Harahap, 2021).

Laporan dari *website weaaresocial.com* menunjukkan jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia mencapai 167 juta pada Januari 2023. Jumlah tersebut setara dengan 60,4% jumlah penduduk Tanah Air. Salah satu platform media sosial yang bertumbuh sangat pesat adalah TikTok.

TikTok sendiri merupakan suatu aplikasi media sosial dan video musik yang rilis pada bulan September 2016 oleh perusahaan *ByteDance* yang pendirinya bernama Toutiao Zhang Yiming dari Tiongkok. Menurut laporan *We Are Social*, aplikasi video pendek ini memiliki 112,97 juta pengguna di Indonesia dan merupakan negara dengan pengguna TikTok terbanyak kedua di dunia setelah Amerika Serikat. TikTok sendiri merupakan platform media sosial yang berada di urutan keempat sebagai media sosial yang banyak digunakan di Indonesia. Pengguna TikTok di Indonesia sebanyak 70,8% dari jumlah populasi pada Januari 2023.



Gambar 1.1 Platform Media Sosial dengan Pengguna Terbanyak
 Sumber : <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2023/>

Konten-konten yang disajikan dalam media sosial, terutama TikTok sangat beragam sehingga penonton tidak hanya melihat pertunjukan dari idolanya saja,

tetapi juga mengikuti tiap kegiatan dan kehidupan pribadi idola tersebut. Hal tersebut perlahan-lahan akan membentuk suatu ikatan atau kelekatan antara idola dan penggemarnya. Media sosial sendiri menjadi sarana untuk semakin dekat dengan idola. Horton dan Wohl (1956) mengemukakan bahwa hubungan keintiman bertumbuh dengan media *personalities* dengan pengalaman yang dicapai melalui hubungan dengan persona sang media *personality* dari waktu ke waktu (Hartmann, 2008).

Media sosial merupakan salah satu sarana penyebaran budaya populer yang menjadi bagian dari konten utama di media sosial itu sendiri. Budaya populer dalam masyarakat meliputi gaya hidup modern, pertunjukan seni, dan berbagai jenis hiburan dalam berbagai macam bentuk. John Storey (2010) menyatakan bahwa konsumsi budaya populer akan selalu melahirkan penggemar, karena "penggemar merupakan konsumen, bagian paling jelas dari khayalan budaya populer. Hal ini disebabkan oleh karakteristik budaya populer yang menarik dan menghibur.

Konsumen budaya populer melalui media sosial tentu akan menjalin suatu kedekatan dengan tokoh yang diidolakan. Kedekatan yang terbentuk antara penggemar dengan idolanya, melahirkan sebuah perasaan seakan penggemar tersebut mengenal secara personal artis yang diidolakan. Fenomena ini disebut juga dengan hubungan parasosial. Dalam hubungan parasosial, penggemar berperan secara aktif dalam kehidupan dan kepribadian artis yang diidolakan.

Perkembangan teknologi memudahkan masyarakat untuk berkomunikasi dengan lebih banyak orang dan memiliki jangkauan yang lebih luas dari

sebelumnya melalui media sosial. Namun, konsekuensi dari hal tersebut salah satunya adalah membuka celah bagi munculnya hubungan parasosial antara selebritas dan pengikut mereka, di mana pengikut mengembangkan keterikatan emosional yang intens dengan selebritas, meskipun hanya interaksi satu arah (Stever, 2009).

Hubungan parasosial bukanlah hal baru dalam budaya populer, namun ledakan media sosial memberi orang lebih banyak akses terhadap kehidupan pribadi serta memiliki ikatan yang terjalin dengan selebriti, penyanyi dan influencer diyakini memicu peningkatan tersebut (Kurtin, 2019). Ikatan yang terjalin antara idola dan penggemarnya membentuk pemikiran bahwa penggemar merasa mengenal idolanya melalui konten dari media yang ditayangkan. Ikatan inilah yang kemudian memunculkan hubungan parasosial yang terlahir dari interaksi penggemar dengan idolanya melalui media massa. Hubungan parasosial antara penonton dan selebriti yang ditampilkan di media massa akan muncul sebagai hasil dari hubungan parasosial yang berkelanjutan (Cohen, 2009).

Ketertarikan yang kuat antara penonton dan konten hiburan yang dikonsumsi merupakan awal mula dari terbentuknya hubungan parasosial (Cohen & Hershman-Shitrit, 2017). Hubungan parasosial sendiri berlangsung saat pengguna media berinteraksi dengan konten dari karakter idolanya di media sosial dan menimbulkan perasaan dekat dan personal. Interaksi yang terjadi secara berkelanjutan inilah yang disebut sebagai hubungan parasosial yang menimbulkan

adanya keinginan untuk mengetahui lebih lanjut tentang idola dan berusaha berinteraksi dengan idola tersebut dengan cara tertentu (Cohen, 2014).

Konsep hubungan parasosial yang pertama kali diperkenalkan oleh Horton dan Wohl pada tahun 1956, merupakan salah satu pendekatan teoretis awal yang mengaitkan komunikasi massa dengan lingkungan interpersonal-sosial. *New media* yang sedang berkembang memicu perubahan pola komunikasi antar komunikasi massa dan hubungan interpersonal menjadi berkaitan erat (Hartmann, 2008). Hubungan parasosial sendiri lahir dari hubungan sosial yang terjadi antara penggemar dan tokoh yang diidolakan. Hubungan sosial yang terjalin secara terus menerus melalui media inilah yang akan terasa seperti komunikasi interpersonal bagi penggemarnya.

Hal ini disebabkan oleh pendekatan yang dilakukan idola di media sosial untuk menjalin kedekatan dengan penggemarnya. Seperti yang diungkapkan oleh Horton dan Wohl yang mendefinisikan hubungan parasosial sebagai kedekatan yang berjarak yang hanya bersifat satu sisi saja (Cohen, 2014). Berbeda dengan hubungan interpersonal yang terjadi secara tatap muka dan berlangsung secara dua arah, hubungan parasosial ini hanya menyajikan kedekatan pada satu pihak, yakni si penggemar saja.

Ketertarikan masyarakat secara mendalam terhadap tokoh yang diidolakan menjadi topik yang menarik untuk dibahas. Salah satu tokoh yang diidolakan banyak orang adalah salah satu penyanyi dan penulis lagu populer di dunia adalah

Taylor Swift. Taylor merupakan seorang penyanyi yang telah meraih banyak penghargaan dan pengakuan di industri musik.

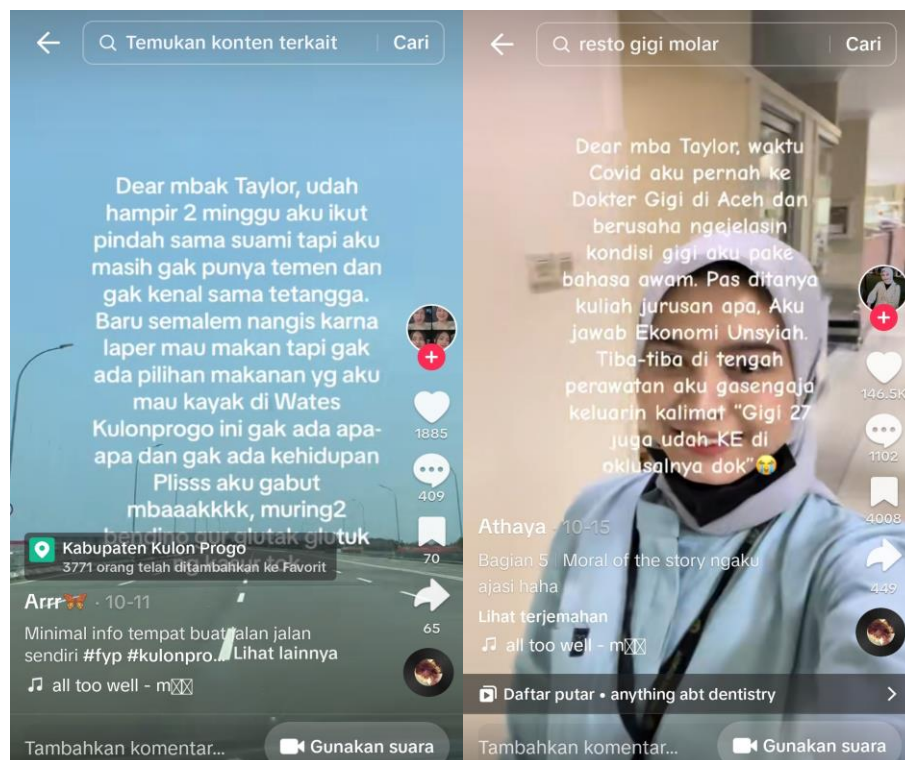
Taylor Swift memiliki basis penggemar yang sangat besar dan setia yang dikenal dengan sebutan “*Swifties*” yang merujuk kepada penggemar-penggemar setia Taylor Swift dari berbagai umur dan kalangan. Keberagaman dalam komunitas *Swifties* menjadikan penggemar Taylor sebagai salah satu fandom yang kuat dan penuh semangat. *Swifties* adalah penggemar yang penuh perhatian terhadap karya Taylor Swift serta menghargai tiap pesan dan makna dari lagu yang menggambarkan pengalaman hidup, cinta, dan perjalanan emosional.

Keingintahuan dan dedikasi *Swifties* dalam menggali makna dan pesan dalam musik Taylor Swift membuat para penggemar merasa terhubung secara mendalam dengan karya-karya penyanyi tersebut. Taylor Swift sendiri menginspirasi penggemarnya dengan keterbukaan dirinya sehingga orang-orang merasakan tingkat keintiman dan kedekatan yang dalam. Taylor menunjukkan dirinya sebagai orang biasa dan setara dengan orang-orang diluar sana sehingga orang-orang merasa bersahabat dengan sosok penyanyi satu ini.

Fenomena hubungan parasosial ini marak terjadi di media sosial. Pengguna platform media sosial telah menarik perhatian pada konsep hubungan parasosial, di mana individu merasa 'mengenal' seseorang dengan mengamati secara langsung cara tokoh digambarkan di media dan bertindak dalam situasi kehidupan nyata.

Taylor Swift kembali menjadi topik hangat setelah hubungannya dengan para penggemarnya yang sangat kuat dan intens, menjadi sering terjalin melalui

media sosial terutama tren yang baru-baru ini sedang viral. Saat ini tengah viral sebuah tren di salah satu platform media sosial TikTok berjudul “Dear Mbak Taylor”. Sebuah istilah bagi warganet yang ingin curhat ke penyanyi Taylor Swift dan bertindak seolah-olah pesan tersebut akan berbalas.



Gambar 1.2 Terkait Antusiasme Penggemar Taylor Swift Dalam Meramaikan Tren TikTok “Dear Mbak Taylor”

Sumber: TikTok.com (2023)

Tren TikTok yang sedang viral ini diawali dengan viralnya lagu “all too well” di TikTok sehingga para penggemar membuat konten curhat yang diawali dengan kata “Dear Mbak Taylor” yang menembus 90 ribu postingan terkait tren tersebut. Para penggemar membuat konten yang menggambarkan seolah-olah sedang bercerita ke orang yang sangat dekat sehingga menggunakan panggilan

“Mbak”. Para penggemar ini menceritakan berbagai macam hal, mulai dari hal kecil hingga permasalahan yang bermakna dan mengunggahnya ke TikTok seolah-olah sedang bercerita langsung dan kelak akan mendapat balasan dari artis idola tersebut. Perilaku ini merupakan salah satu bentuk dari hubungan parasosial.

Dalam media sosial, Taylor sendiri sebenarnya memiliki lebih banyak pengikut di Instagram. Dengan jumlah pengikut Instagram sebanyak 284 juta, sedangkan di TikTok jumlah pengikut sebanyak 33.2 juta pengikut. Namun TikTok sendiri merupakan salah satu aplikasi yang cukup mudah untuk digunakan, dan penyebaran kontennya sangat cepat sehingga tren TikTok “*Dear Mbak Taylor*” ini menjadi sangat viral di aplikasi TikTok.

Jihyun Kim dan Hayeon Song berpendapat bahwa hubungan parasosial seseorang dengan selebritas dipengaruhi oleh tiga hal yaitu *professional self-disclosure* yang berbicara mengenai pekerjaan, *personal self-disclosure* yang bercerita tentang kehidupan pribadi, dan *retweeting* yaitu fitur aplikasi Twitter untuk menyebarkan ulang tautan selebritas (Perdana, 2023). Media sosial dianggap sebagai sarana yang baik untuk terbentuknya hubungan parasosial karena dengan media sosial, hal mengenai kehidupan, pendapat, dan kepercayaan semakin mudah untuk terungkap ke mata publik.

Sebuah studi oleh Bostwick & Lookado (2017) meneliti hubungan parasosial antara pemain basket LeBron James dan penggemarnya setelah pensiun sementara. Hasilnya menunjukkan bahwa penggemar yang mengalami “*parasocial breakup*” merasakan kesedihan saat James pensiun. Meskipun

penelitian ini melibatkan atlet terkenal, prinsipnya juga berlaku untuk selebriti lain yang membangun ikatan emosional dengan penggemarnya. Yi (2019) menjelaskan bahwa interaksi antara influencer dan audiens dapat memicu ikatan emosional dengan influencer, yang kemudian menjadi dasar hubungan parasosial.

Hubungan parasosial yang nyata dapat memberikan manfaat dan kekuatan bagi seseorang. Hubungan parasosial dengan selebriti juga dapat memberikan kekuatan, terutama bagi individu dengan harga diri rendah. Dengan kata lain, hubungan parasosial dapat memberikan manfaat dengan meningkatkan harga diri individu yang memiliki harga diri rendah yang mungkin tidak didapatkan dalam hubungan yang sebenarnya (Derrick, 2008).

Bagian penting dari pembahasan mengenai hubungan parasosial adalah kemampuan para penonton (penggemar) untuk membedakan fantasi dari kenyataan dan untuk mengenali peran yang dimainkan oleh hubungan fantasi dalam kehidupan sosialnya (Stever, 2013). Kemampuan para penonton untuk mengenali peran yang dimainkan oleh hubungan fantasi dalam kehidupan sosialnya penting karena hubungan parasosial dapat memiliki dampak positif maupun negatif pada kehidupan seseorang. Misalnya, hubungan parasosial dapat memberikan dukungan emosional, tetapi juga dapat menyebabkan kecemburuan atau kesepian.

Penelitian mengenai hubungan parasosial sudah pernah diteliti sebelumnya oleh Shafrina Eka Putri Harahap (2022) dari Universitas Medan Area dengan judul “Hubungan *Loneliness* dengan Perilaku *Parasocial Relationship* pada Remaja Penggemar Kpop Komunitas Nctzen di Sosial Media” menggunakan metode

penelitian kuantitatif. Penelitian ini berfokus untuk mengetahui hubungan loneliness dengan perilaku hubungan parasosial pada remaja penggemar K-pop.

Penelitian lain yang berjudul “Interaksi Parasosial antara Idola dengan Penggemarnya (Studi Penggemar Boygroup K-Pop Seventeen)” oleh Mehrunnisa Salma Hanan dari Universitas Muhammadiyah Surakarta. Penelitian tersebut lebih menekankan pada ikatan emosional dari interaksi parasosial antara Boygroup K-Pop Seventeen dengan penggemarnya dan memandang idolanya sebagai seseorang yang berharga dalam kehidupannya.

Terdapat pula penelitian dengan judul “Hubungan antara Tingkat Kesepian dengan *Parasocial Relationship* pada Remaja Penggemar K-Pop di Komunitas Army Purwokerto” oleh Eling Anissela. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif-korelasional yang lebih berfokus kepada tingkat kesepian remaja penggemar K-pop.

Ketiga penelitian tersebut membahas tentang hubungan parasosial penggemar K-pop yang sudah banyak diteliti. Perbedaannya adalah peneliti berusaha menyelidiki hubungan parasosial dari penyanyi solo wanita di luar budaya K-pop. Penggemar Taylor Swift dapat dikatakan cukup banyak, namun belum banyak penelitian yang membahas mengenai topik ini dikarenakan budaya K-pop di Indonesia yang sangat dominan.

Perbedaan lain antara penelitian sebelumnya dengan ini adalah peneliti berupaya mengeksplorasi hubungan parasosial melalui tren dari media sosial yaitu TikTok yang sedang viral saat ini. Peneliti mengangkat tren dari TikTok yang

menunjukkan kumpulan penggemar dari Taylor Swift seolah-olah bercerita langsung kepada penyanyi terkenal tersebut yang merupakan salah satu bentuk dari perilaku hubungan parasosial. Berdasarkan aspek-aspek penelitian di atas, peneliti mencoba melakukan sebuah penelitian dalam skripsi yang berjudul **“Analisis Hubungan Parasosial Penggemar Taylor Swift melalui Tren TikTok “Dear Mbak Taylor”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah Bagaimana hubungan parasosial penggemar Taylor Swift melalui tren TikTok “Dear Mbak Taylor”?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi latar belakang dan rumusan masalah, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan parasosial penggemar Taylor Swift melalui tren TikTok “Dear Mbak Taylor”.

2. Manfaat penelitian

a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi ilmu-ilmu sosial khususnya di bidang ilmu komunikasi yang berfokus kepada pengembangan penelitian psikologi komunikasi dan *new media*.

b. Manfaat Praktis

- 1) Penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai perilaku hubungan parasosial di media sosial khususnya TikTok sehingga menjadi rujukan untuk penelitian selanjutnya.
- 2) Memberikan informasi mengenai karakteristik perilaku hubungan parasosial kepada para penggemar dan membantu penggemar untuk menjalin hubungan parasosial yang positif.

D. Kerangka Konseptual

1. Media Sosial dan TikTok

Teknologi telah memainkan peran penting dalam kehidupan modern, termasuk dalam distribusi dan konsumsi media. Media sosial telah menjadi salah satu platform terpopuler untuk kehadiran media dan komunikasi antara individu. Platform media sosial memungkinkan orang untuk membagikan informasi, berdiskusi, dan menyebarkan berbagai hal dengan mudah.

Pada awalnya komunikasi di media bersifat satu arah, dan pemirsa media hanya dapat menikmati konten yang disediakan oleh sumber media.

Namun seiring berjalannya waktu, masyarakat awam sebagai pemirsa media tidak lagi hanya bisa menikmati, tetapi juga berpartisipasi dalam konten media yang dipaparkannya. Komunikasi tidak dibatasi oleh jarak, waktu, atau ruang (Dwi & Watie, 2011). Menurut Ardianto dalam buku yang berjudul Komunikasi 2.0 media sosial online disebut dengan jejaring sosial online, bukan media massa online, karena media sosial mempunyai kekuatan sosial yang sangat mempengaruhi opini publik yang berkembang di masyarakat.

Media baru menggabungkan komunikasi interpersonal dan massa karena menjangkau audiens di seluruh dunia, yang dapat dianggap sebagai komunikasi massa, dan sekaligus karena pesan dibuat, diarahkan, dan dikonsumsi secara pribadi, ini dapat dianggap sebagai komunikasi interpersonal (Utari, 2011).

Media sosial menyediakan platform bagi pengguna untuk membentuk identitas mereka, terhubung dengan orang yang sudah mereka kenal, memelihara hubungan yang ada, dan membangun hubungan baru serta memperluas jaringan mereka (Pennigton, 2015). Penelitian oleh Blackburn (2011) menunjukkan bahwa media sosial menjadi semakin penting bagi penggemar untuk membangun hubungan parasosial dengan selebriti. Media sosial juga bermanfaat bagi selebriti untuk membangun dan memperkuat hubungan dengan penggemar, karena media sosial memungkinkan selebriti untuk menampilkan diri dan berkomunikasi secara terbuka.

TikTok adalah salah satu platform media sosial yang tumbuh paling cepat dan menjadi salah satu platform paling populer di dunia. Konsep aplikasi TikTok adalah platform berbagi video pendek (hingga 3 menit) dan juga *live streaming* atau siaran langsung. Pengguna TikTok dapat memanfaatkan berbagai fitur yang disediakan oleh aplikasi seperti menambahkan musik dari perpustakaan suara, musik yang sedang tren, atau musik dari orang lain kemudian berdansa mengikuti ritme lagu, menambahkan teks, berbagi video dengan *hashtag* tertentu dan juga melakukan *live streaming* atau siaran langsung.

Penelitian yang dilakukan oleh Susilowati (2018) menunjukkan bahwa TikTok adalah aplikasi yang menyediakan efek khusus unik dan menarik yang dapat dengan mudah digunakan oleh pengguna untuk membuat video pendek yang keren. Seperti media sosial lainnya, pengguna TikTok dapat saling mengikuti, mengirim pesan, menyukai, berkomentar, dan membagikan unggahan video orang lain.

Pengguna TikTok juga dapat menggunakan fitur *Duet*, *Stitch*, dan *React* untuk menanggapi atau merespons video yang diunggah oleh pengguna lain selama pengguna tersebut telah mengaktifkan fitur ini. Ada berbagai jenis konten yang dapat ditemukan di TikTok, mulai dari berbagi tentang kehidupan sehari-hari, berbagi pengetahuan, *lip-sync*, *dance*, lelucon atau *prank*, dan banyak lagi.

2. Hubungan Parasosial di Media Sosial

Komunikasi yang dilakukan melalui media massa disebut sebagai mediatisasi. Mediatisasi dapat menciptakan hubungan parasosial, yaitu hubungan yang dirasakan oleh penonton media dengan tokoh atau selebriti yang tampil di media. Hubungan ini bersifat satu arah, karena hanya dirasakan oleh penonton media. Penonton merasa seperti terlibat dalam hubungan timbal balik dengan tokoh atau selebriti tersebut melalui media massa. Penonton merasa mengenal tokoh tersebut dan memiliki hubungan pribadi dengannya. Hubungan parasosial tidak hanya sebatas interaksi dengan karakter fiksi atau rasa ingin tahu tentang kehidupan selebriti. Lebih dari itu, hubungan ini melibatkan keinginan untuk membangun interaksi dan koneksi personal dengan figur publik tersebut, meskipun hanya secara sepihak (Cohen, 2014).

Konsep hubungan parasosial telah lama dikaji dalam bidang media dan komunikasi. Horton dan Wohl (1956) mendefinisikannya sebagai "simulasi percakapan" yang terjadi antara pengguna media dan karakter yang termediiasi oleh media, misalnya, pembawa acara TV. Hubungan ini merupakan ilusi yang diciptakan oleh media (Dibble, 2016).

Hubungan parasosial adalah hubungan yang dirasakan oleh seseorang dengan karakter fiktif yang ditampilkan di media. Hubungan ini bersifat ilusi, karena hanya dirasakan oleh satu pihak saja, yaitu orang yang mengonsumsi media. Namun, perkembangan teknologi dan praktik komunikasi media massa telah membuat batas antara media dan realitas menjadi semakin kabur. Hal ini

juga berdampak pada hubungan parasosial, karena perbedaan antara karakter fiktif dan individu yang memerankan karakter tersebut menjadi semakin sulit untuk didefinisikan (Van Es, 2017)

Horton & Wohl mempersepsikan hubungan parasosial sebagai persahabatan satu sisi yang bersifat imajiner dan sepihak yang dimiliki oleh pemirsa televisi dengan persona atau karakter komunikasi massa (Perse & Rubin, 1989). Komunikasi massa dan komunikasi interpersonal secara tradisional dianggap sebagai dua bidang yang terpisah. Namun ditemukan bahwa proses komunikasi tidak dapat dijelaskan semata-mata oleh penelitian komunikasi antarpribadi atau komunikasi massa (Reardon & Rogers, 1988).

Hubungan parasosial terjadi ketika penonton merespons persona media (karakter dalam media) dengan berbagai cara, seperti berbicara balik ke layar televisi atau buku, tertawa, atau merasa cemas atau takut (Cohen, 2014). Hubungan parasosial terjalin antara penonton dan persona media dan biasanya dicirikan oleh rasa kedekatan antara penonton dan persona media, yang dianggap ramah dan seperti kebanyakan orang biasa.

Konsep hubungan parasosial mulai diteliti dari tahun 1950-an, sebelum teknologi komputer interaktif tersebar luas. Akibatnya, penjelasan Horton dan Wohl (1956) tentang hubungan parasosial berfokus terutama pada pelaku media massa nonfiksi, seperti penyiar berita. Dengan munculnya *new media*, banyak pengetahuan dari penelitian konvensional yang digunakan untuk menjelaskan fenomena yang berkaitan dengan komunikasi interpersonal yang lebih baru

yang melibatkan entitas sosial digital. Hartmann (2008) menyatakan hubungan parasosial menimbulkan tantangan karena media baru memiliki karakter yang berbeda dengan media massa sebelumnya dalam tiga aspek:

1. Character perception vs. Communication (Pengenalan Kepribadian vs Komunikasi) sebuah persepsi yang menganggap hubungan parasosial sebagai persepsi sederhana tentang karakter media massa yang tidak memiliki banyak kesamaan dengan komunikasi antarpribadi.
2. Nonreciprocity (Tak Timbal Balik) yaitu sebuah persepsi bahwa hubungan parasosial merupakan hubungan searah yang tidak mendapatkan respons balik.
3. Authenticity (Keandalan) yaitu persona media massa akan tampak lebih autentik dibandingkan persona media baru.

3. Bentuk Hubungan Parasosial

Rubin dan McHugh berpendapat bahwa paparan terhadap karakter atau tokoh televisi mengarah pada ketertarikan, yang mengarah pada hubungan parasosial, yang pada gilirannya memprediksi pentingnya hubungan tersebut bagi pemirsa. Menurut Rubin & McHugh (1987), terbentuknya hubungan parasosial ini memiliki 3 bentuk:

a. *Task Attraction* (Ketertarikan Tugas)

Task attraction merupakan bentuk hubungan parasosial yang dibangun oleh penggemar atas dasar bakat atau kemampuan yang dimiliki oleh tokoh yang diidolakan. Pada bentuk hubungan ini, penggemar

cenderung membentuk daya tarik karena keterampilan dan bakat tokoh yang diidola. Penggemar dengan tipe minat ini akan melihat idola dari aspek kreatifitas, musikal, artistik, dan bakat tergantung pada bidang pekerjaannya.

b. *Social Attraction* (Keterikatan Sosial/identifikasi)

Social/Identification Attraction merupakan hubungan yang dibangun oleh penggemar yang melihat dirinya mirip atau bahkan sama seperti idolanya. Dalam bentuk ini, penggemar melihat idolanya sebagai tokoh yang layak untuk diikuti dan dijadikan panutan, baik dalam hal pakaian, sikap, kepribadian, dan lain-lain. Penggemar cenderung memimpikan sejauh mana penggemar dapat berteman dengan karakter atau tokoh tersebut.

c. *Physical Attraction* (Keterikatan Fisik)

Physical Attraction atau biasa disebut keterikatan romantis merupakan bentuk hubungan parasosial yang dibangun oleh penggemar berdasarkan karakteristik fisik dan emosional dengan idolanya. Bentuk ini berbicara tentang daya tarik fisik (visual) dan keinginan penggemar untuk menjalin hubungan nyata dengan idolanya.

Tiga kategori yang serupa seperti yang telah diuraikan dari hubungan parasosial ini juga dikemukakan dalam berbagai literatur (Stever, 2013; Caughey, 1978; Hoffner & Cantor, 1991).

Menurut Stever (2009), motivasi penggemar dengan tiga kategori yang paling sering muncul adalah sebagai berikut :

- a. Ketertarikan tugas (menyukai selebriti tersebut karena dia adalah yang terbaik dalam hal yang mereka lakukan).
- b. Kelekatan romantis (menyukai selebriti tersebut berdasarkan perasaan romantis).
- c. Kelekatan identifikasi (menyukai selebriti tersebut karena memiliki kemiripan atau karena ingin menjadi seperti dia).

Stever (2013) menambahkan beberapa kategori lainnya mengenai hubungan antara penggemar dan selebriti:

- a. Keterikatan Filial: Penggemar melihat selebriti sebagai teman atau anggota keluarga ideal.
- b. Menjadi Rekan Kerja: Kategori ini unik karena menunjukkan keinginan penggemar untuk bekerja sama dengan selebriti.
- c. Keterikatan Emosional: Kategori ini menggunakan teori keterikatan untuk menjelaskan hubungan antara penggemar dan selebriti.

4. Tren TikTok “Dear Mbak Taylor”

Tren TikTok “Dear Mbak Taylor” adalah sebuah tren yang muncul di TikTok dan kemudian menjadi sangat viral. Tren ini dimulai oleh pengguna TikTok yang mengunggah video yang ditujukan kepada Taylor Swift, seorang penyanyi dan penulis lagu asal Amerika Serikat. Tren TikTok ini berisi curahan

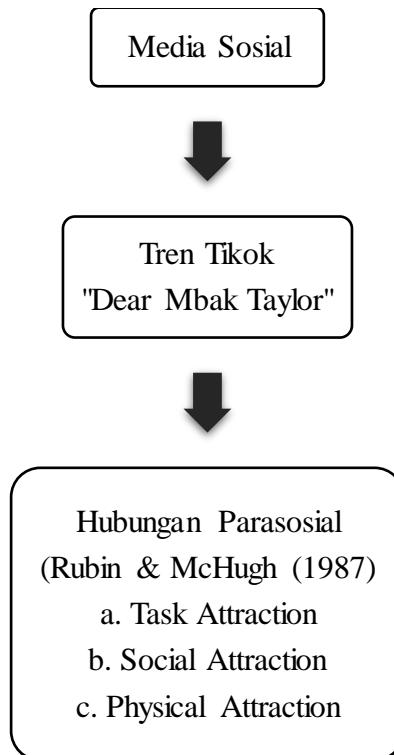
hati dari pengguna TikTok kepada Taylor. Curahan hati tersebut dapat berupa ungkapan kekaguman, harapan, atau cerita pribadi. Konten video yang digunakan untuk tren ini biasanya berupa video *lip-sync* atau video yang menggunakan audio dari lagu-lagu Taylor sendiri.

Tren TikTok “*Dear Mbak Taylor*” disebabkan oleh beberapa faktor, yaitu popularitas Taylor Swift di Indonesia. Taylor adalah seorang penyanyi dan penulis lagu yang memiliki popularitas yang tinggi di Indonesia. Hal ini terlihat dari banyaknya penggemar Taylor di Indonesia, baik dari kalangan anak muda maupun dewasa. Selain itu penggemar Taylor juga sangat mendalami makna dari tiap lagu dari penyanyi ini sehingga penggemar merasa terhubung langsung dengan Taylor melalui lagu-lagu tersebut.

Keinginan penggemar Taylor Swift sebagai pengguna TikTok untuk terhubung dengan penyanyi yang diidolakan tersebut juga menjadi faktor yang mendorong munculnya tren ini. Pengguna TikTok yang berpartisipasi dalam tren “*Dear Mbak Taylor*” biasanya ingin mengungkapkan kekaguman, harapan, atau cerita pribadi penggemar kepada Taylor Swift. Penggemar ingin terhubung dengan Taylor Swift, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Dengan viralnya tren ini, tentu bukan hanya penggemar berat Taylor Swift saja yang membuat postingan “*Dear Mbak Taylor*”. Ada banyak orang yang membuat postingan tentang tren ini karena sekedar meniru tren yang sedang viral. Namun penelitian ini lebih ditujukan kepada penggemar Taylor Swift yang memiliki ciri perilaku parasosial.

Berdasarkan pemaparan konsep-konsep diatas, dihasilkan bagan konseptual sebagai berikut:



Gambar 1.3 Kerangka Konseptual Penelitian

Sumber: Peneliti

E. Definisi Konseptual

1. Media Sosial

Media sosial adalah platform yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dan berbagi informasi secara online. Media sosial dapat digunakan untuk berbagai tujuan, termasuk untuk membangun hubungan dengan orang lain, berbagi informasi, dan mengekspresikan diri. Dalam konteks penelitian ini, media sosial digunakan sebagai sarana untuk

mengekspresikan hubungan parasosial antara penggemar Taylor Swift dengan Taylor Swift sendiri.

2. Tren TikTok “*Dear Mbak Taylor*”

Tren TikTok “*Dear Mbak Taylor*” adalah sebuah tren yang muncul di platform TikTok pada tahun 2023. Dalam tren ini, para penggemar Taylor Swift membuat video untuk mengungkapkan perasaan penggemar kepada Taylor Swift. Video-video tersebut biasanya berisi pesan-pesan pribadi, dukungan, atau harapan kepada Taylor Swift.

3. Hubungan Parasosial

Hubungan parasosial adalah hubungan antara individu dengan sosok publik yang tidak dikenal secara personal, tetapi memiliki hubungan yang dekat dan intim. Hubungan ini dapat terjadi melalui media massa, seperti televisi, radio, atau media sosial. Konsep hubungan parasosial mengacu pada hubungan sosial antara individu atau kelompok yang melibatkan interaksi sosial yang bersifat simbolik dan saling menguntungkan. Dalam konteks skripsi ini, analisis perilaku hubungan parasosial mengacu pada hubungan antara penggemar Taylor Swift dan Taylor Swift sendiri melalui tren TikTok “*Dear Mbak Taylor*”.

4. TikTok

TikTok merupakan platform media sosial yang dapat digunakan untuk membuat dan berbagi video pendek. Aplikasi TikTok populer di

kalangan remaja dan dewasa muda, dan sering digunakan untuk berbagi konten tentang musik, tren, dan gaya hidup.

F. Metode Penelitian

1. Waktu dan Objek Penelitian

Penelitian Terkait Hubungan Parasosial Terhadap Penggemar Taylor Swift Dalam Tren TikTok “*Dear Mbak Taylor*” ini memiliki berlangsung kurang lebih tiga bulan yang terhitung dari November 2023 hingga Januari 2024. Objek dari penelitian ini adalah hubungan parasosial melalui tren di media sosial yaitu TikTok dan pengamatan secara online terkait tanggapan para penggemar Taylor Swift.

2. Tipe Penelitian

Pada penelitian ini digunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Metode kualitatif deskriptif merupakan metode yang sesuai dengan topik penelitian untuk mendapatkan data dan informasi dari informan yaitu penggemar Taylor Swift di Media Sosial TikTok mengenai hubungan parasosial dengan sosok idola.

3. Teknik Pengumpulan Data

a. Data Primer

1) Wawancara Mendalam

Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih untuk mendapatkan jawaban atas pertanyaan yang diajukan oleh peneliti kepada responden penelitian

yang sesuai dengan kriteria. Peneliti bertujuan untuk memperoleh data yang dibutuhkan dengan cara melakukan wawancara secara langsung dengan sumber data agar data yang diperoleh lebih akurat. Dalam konteks penelitian ini, peneliti telah melakukan wawancara melalui teks melalui aplikasi perpesanan WhatsApp dan TikTok kepada informan yang merupakan penggemar Taylor Swift.

2) Observasi Partisipan

Peneliti bertindak sebagai pengamat yang terlibat sebagai salah satu pengguna TikTok dan mengikuti tren “*Dear Mbak Taylor*” untuk kemudian membuat kategori perilaku, mengamati gejala, dan mencatat hasil temuan sebagai data tambahan dari wawancara langsung. Peneliti juga melakukan pencarian di TikTok dengan kata kunci “*Dear Mbak Taylor*” untuk melihat Tren yang berlangsung atau konten yang banyak diunggah oleh penggemar Taylor Swift.

b. Data Sekunder

1) Studi Kepustakaan

Sebagai data pendukung, peneliti akan mencari, membaca, dan mempelajari literatur-literatur, buku-buku, majalah-majalah, hasil penelitian terkait, situs internet, maupun sumber lainnya yang berhubungan dengan masalah yang akan dibahas.

4. Teknik Penentuan Informan

Informan dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu menetapkan kriteria tertentu yang dianggap sesuai dalam pemilihan informan sebagai sumber data penelitian. Kriteria tersebut antara lain:

- a. Merupakan penggemar dari Penyanyi Taylor Swift setidaknya dua tahun terakhir.
- b. Berusia 18-34 tahun.
- c. Memiliki postingan mengenai Tren di TikTok yang bertajuk “*Dear Mbak Taylor*”.
- d. Memiliki ciri perilaku hubungan parasosial dengan Taylor Swift.

5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan mengikut konsep model interaktif dari Miles, Huberman, dan Saldana (2014) dalam menganalisis data kualitatif. Model interaktif ini menyediakan kerangka kerja yang fleksibel dan komprehensif untuk analisis data kualitatif. Pendekatan ini menekankan pada keterkaitan antara pengumpulan data, analisis data, dan penarikan kesimpulan. Komponen-komponen analisis data model interaktif dijelaskan sebagai berikut:

- a. Reduksi Data (Data Reduction)

Reduksi data melibatkan proses menyaring dan meringkas data yang terkumpul untuk mengidentifikasi informasi penting dan pola yang muncul. Data yang diperoleh peneliti di lapangan melalui wawancara, observasi dan

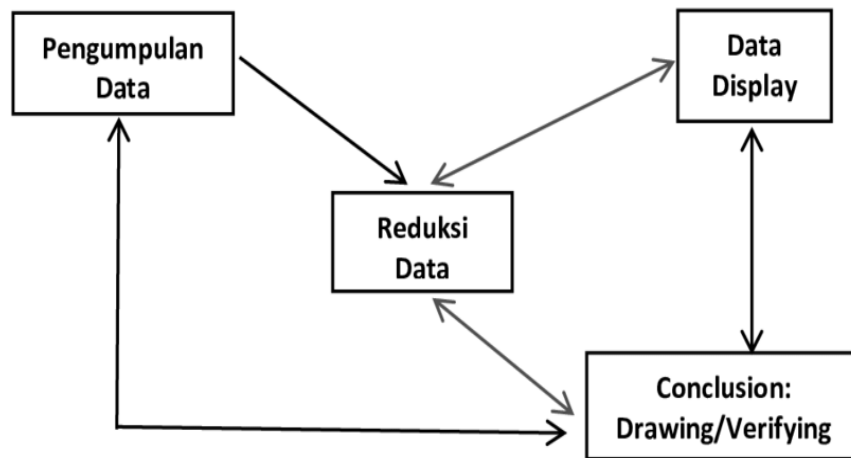
dokumentasi direduksi dengan cara merangkum, memilih dan memfokuskan data pada hal-hal yang sesuai dengan tujuan penelitian.

b. Penyajian Data (Data Display)

Penyajian data melibatkan pengorganisasian dan presentasi data untuk memahami pola, hubungan, dan tema yang muncul. Penyajian data dilakukan setelah data telah direduksi atau dirangkum. Data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi dianalisis kemudian disajikan dalam bentuk catatan wawancara, catatan lapangan, dan catatan dokumentasi.

c. Kesimpulan atau Verifikasi (Conclusion Drawing/ Verification)

Langkah terakhir yaitu penarikan kesimpulan. Penarikan kesimpulan melibatkan interpretasi data yang disajikan untuk mengembangkan pemahaman yang mendalam tentang fenomena yang diteliti. Proses ini mencakup menghubungkan tema, menyimpulkan pola, dan mengintegrasikan kesimpulan dengan teori dan penelitian yang ada. Kesimpulan harus merupakan jawaban dari rumusan masalah dan pertanyaan yang diajukan peneliti.



Gambar 1.4 Komponen Analisis Data Miles, Huberman, dan Saldaña

Sumber: Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2018).

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Komunikasi

Manusia ibarat makhluk yang diikat komunikasi. Manusia merupakan makhluk sosial yang tak bisa lepas dari aktivitas ini di mana pun kita berada. Komunikasi bagaikan jembatan yang menghubungkan kita dengan orang lain, dan memungkinkan untuk saling memahami, berbagi informasi, dan bekerja sama. Hampir setiap saat, manusia terlibat dalam proses komunikasi, baik secara sadar maupun tidak. Tanpa komunikasi, kita akan kesulitan memenuhi kebutuhan, menjalin hubungan, dan mencapai tujuan bersama. Maka tak heran, kemampuan berkomunikasi yang efektif menjadi kunci penting dalam kehidupan sosial. Dalam konteks yang lebih luas, komunikasi juga mencakup proses pertukaran informasi, pengetahuan, dan kearifan lokal untuk menciptakan saling pengertian antara pihak-pihak yang terlibat. Hal ini penting dalam membangun kesepahaman mutual antara berbagai pihak dalam suatu konteks tertentu (Pranata, 2021).

Kata "komunikasi" berasal dari bahasa Latin "*communis*" yang berarti sama dan "*communicare*" yang berarti "membuat sama" atau "berbagi". Kata ini pertama kali digunakan pada abad ke-2 SM oleh filsuf Romawi Cicero untuk merujuk pada proses pertukaran ide dan informasi. Seiring waktu, kata "komunikasi" berkembang untuk mencakup semua jenis pertukaran makna antara manusia, baik secara verbal maupun nonverbal. Saat ini, kata "komunikasi" digunakan dalam berbagai konteks, mulai dari komunikasi interpersonal sehari-hari hingga komunikasi massa yang

kompleks. Komunikasi merupakan elemen penting dalam kehidupan manusia, memungkinkan kita untuk membangun hubungan, berbagi informasi, dan mencapai tujuan bersama. Dalam konteks ini, komunikasi juga mencakup penggunaan tanda-tanda yang sama untuk menyampaikan informasi sehingga tercipta kesamaan pemahaman di antara individu yang terlibat (Syamsuyar, 2023).

Banyak ahli telah mencoba memberikan definisi komunikasi secara mutlak. Masing-masing orang dapat mendefinisikan kata komunikasi dengan cara yang berbeda. Seperti yang dikatakan oleh Littlejohn dalam Ahmadi (2020) bahwa kata "komunikasi" merupakan kata yang abstrak sehingga sulit untuk didefinisikan, sama seperti kebanyakan istilah yang memiliki banyak arti.

Komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari satu pihak kepada pihak lain melalui media tertentu. Para ahli memiliki definisi yang berbeda-beda tentang komunikasi. Salah satu definisi dari kutipan terkenal yang dikemukakan oleh Harold Lasswell, yaitu *Who Says What in Which Channel To Whom With What Effect*. Hal ini dapat dianalisis dengan menjawab lima pertanyaan: siapa pengirim pesan, apa isi pesan, media apa yang digunakan, kepada siapa pesan disampaikan, dan apa efek dari penyampaian pesan tersebut. Jadi berdasarkan pemikiran Lasswell, komunikasi dapat diartikan sebagai proses penyampaian pesan dari pengirim (komunikator) kepada penerima (komunikan) melalui suatu perantara (media) yang menghasilkan efek tertentu (Kurniawan, 2018).

Di sisi lain, Carl I. Hovland mendefinisikan komunikasi sebagai pertukaran ide, pendapat, dan informasi yang terjadi antara dua orang atau lebih (Harahap,

2011). Jadi, komunikasi bertujuan untuk mencapai pemahaman yang sama antara pengirim dan penerima pesan. Dalam proses ini, terdapat beberapa elemen yang terlibat, yaitu pengirim, pesan, media, penerima, dan umpan balik.

Schramm (1982) menegaskan bahwa masyarakat dan komunikasi merupakan dua pilar fundamental yang saling bergantung. Ia berpandangan bahwa masyarakat tidak dapat tercipta tanpa adanya komunikasi, dan komunikasi tidak dapat berkembang tanpa adanya komunitas sosial. Sehingga pola komunikasi terus berkembang dari masa ke masa dan dikemas dalam bentuk media massa (Wibisono, 2017).

Komunikasi merupakan pertukaran pesan antara pemberi dan penerima. Proses ini tidak hanya memindahkan informasi, tetapi juga memicu perubahan sosial. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana struktur, fungsi, dan sistem sosial berubah akibat komunikasi. Saluran komunikasi berperan sebagai alat yang menghubungkan pemberi pesan dengan penerimanya (Caropeboka, 2017).

B. New Media

Komunikasi telah melalui sejarah panjang dimulai dari berkomunikasi secara primitif hingga berada pada era digital seperti sekarang ini. Tradisi komunikasi dalam sejarah manusia berawal dari komunikasi secara lisan. Komunikasi berawal dari media massa dalam bentuk media cetak. Media cetak terus berkembang hingga masa kejayaannya di abad 20. Pada abad 21, media massa mengalami perubahan signifikan dan mulai berbasis internet dan platform digital.

Kemunculan komputer dan internet di abad ke-20 melahirkan era komunikasi digital (Tosepu, 2018).

Era digital saat ini tak lepas dari peran teknologi komunikasi yang menjadi awalan dari perkembangan era komunikasi digital. Menurut McQuail (2010) ciri utama media baru adalah kemampuannya untuk menghubungkan orang, memberikan akses informasi yang luas, mendorong interaksi, memiliki berbagai kegunaan, bersifat terbuka, dan tersedia di mana-mana.

Media baru lahir dari transformasi media lama yang lebih relevan dengan perkembangan teknologi. Media lama seperti televisi, film, majalah, dan buku tidak serta merta punah, melainkan terus berkembang dan beradaptasi dalam wujud media baru. Media baru kemudian muncul dalam bentuk website, email, dan media sosial memungkinkan komunikasi interaktif dan partisipatif, mengaburkan batas antara produsen dan konsumen informasi (Kurnia, 2005). Meskipun media baru menawarkan banyak keuntungan, media lama masih memiliki peran penting dalam menyediakan informasi yang kredibel dan mendalam. Integrasi antara media lama dan media baru dapat menciptakan ekosistem informasi yang lebih lengkap dan seimbang. Media komunikasi baru ini dianggap lebih cermat, efektif dan lebih mudah digunakan dalam proses komunikasi. Media komunikasi berbasis *online* ini merupakan media baru yang memungkinkan interaksi menjadi lebih dinamis dan lebih cepat (Arianto, 2021).

Menurut E. Roger (1986) dalam Arianto (2021), karakter media komunikasi dibagi menjadi tiga yaitu interaktif, demasifikasi dan asinkron. Interaktif berarti

sistem media baru dapat memberikan umpan balik yang tidak berbeda jauh seperti yang terjadi dalam percakapan langsung. Demasifikasi merupakan karakteristik media baru yang memungkinkan pesan bersifat terbuka untuk forum yang lebih luas antara individu. Sementara itu asinkron diartikan sebagai karakter media baru yang menawarkan kemampuan transmisi dan penerimaan pesan yang *real-time*, serta jaminan keamanan dan integritas data bagi penerima.

Media baru seperti media sosial dan platform digital lainnya menghadirkan tantangan unik dalam menerapkan teori ini karena karakteristiknya berbeda dari media massa tradisional. Media baru memiliki karakter yang berbeda dengan media massa sebelumnya. Hal itu digambarkan ke dalam 3 aspek yang dikemukakan oleh Hartmann (2008) di bawah ini:

1. Persepsi karakter vs. komunikasi: Interaksi dengan karakter media baru, meskipun memungkinkan komunikasi dua arah, mungkin tidak dirasakan seperti interaksi antarpribadi. Hal ini karena sifat searah media massa. Interaksi parasosial dengan media baru bisa jadi hanya persepsi terhadap karakter, bukan komunikasi yang sesungguhnya.
2. Timbal balik: Karakter media baru sering bereaksi terhadap masukan pengguna, memberikan umpan balik, dan menciptakan rasa keterlibatan sosial yang menyenangkan. Sebaliknya, karakter media massa tradisional tidak memberikan umpan balik, sehingga interaksi parasosial dengan mereka mungkin terasa lebih tanpa beban. Interaksi dengan

karakter media baru, di sisi lain, mungkin lebih terikat pada norma dan aturan.

3. Keaslian: Karakter media massa tradisional, seperti penyiar berita, umumnya dianggap lebih autentik daripada karakter media baru yang diciptakan secara digital. Hal ini dapat memengaruhi jenis keterlibatan sosial yang dirasakan pengguna dengan kedua jenis media tersebut.

Istilah "media baru" atau "*new media*" digunakan untuk menandakan jenis media yang berbeda dengan media yang sudah ada sebelumnya. Media seperti televisi, radio, majalah, dan koran dikategorikan sebagai "media lama" atau "old media", sedangkan media internet yang memiliki konten interaktif dikategorikan sebagai "media baru" atau "*new media*". Perlu dipahami bahwa istilah ini bukan berarti media lama akan tergantikan oleh media baru, melainkan hanya untuk menunjukkan kemunculan karakteristik media yang baru (Watie, 2016).

Media baru adalah konsep yang mencakup penggunaan teknologi dan platform digital untuk menciptakan, mendistribusikan, dan berinteraksi dengan konten dalam berbagai bentuk. Ini merepresentasikan perubahan dalam cara informasi diproduksi, dikonsumsi, dan dibagikan dalam masyarakat kontemporer. Pemanfaatan media baru telah dipelajari dalam berbagai konteks, mulai dari dampaknya terhadap pemenuhan kebutuhan informasi (Nia & Loisa, 2019).

C. Hubungan Parasosial (*Parasocial Relationship*)

Hubungan parasosial merupakan sebuah konsep yang diperkenalkan oleh Horton dan Wohl dengan pandangan bahwa hubungan parasosial adalah "simulasi percakapan" yang terjadi antara pengguna media dan karakter yang termediasi oleh media. Hubungan parasosial adalah bentuk koneksi unik yang terjalin antara individu dengan tokoh media, influencer, atau karakter. Konsep hubungan parasosial, yang berasal dari bidang psikologi media, merujuk pada koneksi searah yang dibentuk individu dengan tokoh media, selebriti, atau karakter fiksi (Dibble et al., 2015).

Seperti yang dikutip dalam Stever (2009) "*parasocial interaction was defined as a one-way relationship to a person, most often of higher status, whom you know intimately but who hardly knows you, if at all*". Hubungan parasosial ini melibatkan interaksi satu arah, dimana penonton merasakan adanya kesadaran, perhatian, dan penyesuaian timbal balik dari figur media saat mereka menonton. Jadi dapat disimpulkan bahwa hubungan parasosial terjalin dengan tokoh yang berstatus lebih tinggi dan tidak mengenal kita sama sekali.

Hubungan ini diwarnai dengan perasaan kedekatan dan keintiman meskipun tidak ada interaksi nyata (McCormack et al., 2021). Interaksi ini dikarakteristikan oleh ketiadaan timbal balik dan kontrol sepenuhnya berada di tangan penonton yang mengimajinasikan hubungan tersebut (Whang & Im, 2020). Seiring berjalannya waktu, interaksi ini dapat berkembang menjadi hubungan parasosial, yang memberikan penonton perasaan keterlibatan dan koneksi dengan karakter di layar.

Horton dan Wohl mendefinisikan hubungan parasosial sebagai hubungan imajiner yang terjalin sepihak antara pemirsa televisi dengan tokoh atau karakter media massa. Persepsi ini berbeda dengan hubungan interpersonal dan komunikasi massa yang umumnya dianggap terpisah. Penelitian menunjukkan bahwa proses komunikasi tidak dapat dijelaskan hanya dengan teori komunikasi interpersonal atau komunikasi massa, melainkan membutuhkan pendekatan yang menggabungkan keduanya (Reardon & Rogers, 1988).

Hubungan ini berbeda dari hubungan nyata namun memiliki kesamaan dengan interaksi sosial yang sebenarnya yaitu berdampak pada emosi dan perilaku individu. Meskipun bersifat imajinasi dan satu arah, hubungan parasosial menunjukkan karakteristik yang mirip dengan hubungan nyata, termasuk gaya keterikatan dan potensi perasaan tertekan saat hubungan tersebut berakhir (Barnes, 2015).

Hubungan ini ditandai dengan perasaan saling mengenal, perhatian, dan penyesuaian penonton terhadap pemeran media saat menonton, yang dapat menimbulkan rasa terhubung dan terpenuhinya kebutuhan untuk merasa terhubung dengan orang lain (Sherrick et al., 2022). Penonton merasa seperti terlibat dalam hubungan timbal balik dengan tokoh atau selebriti tersebut melalui media massa. Penonton merasa mengenal tokoh tersebut dan memiliki hubungan pribadi dengannya. Hubungan parasosial lebih luas cakupannya daripada kontak dengan karakter dan keinginan untuk tahu lebih banyak tentang orang terkenal dan mencoba berinteraksi dengan selebriti dengan cara tertentu (Cohen, 2014).

Hubungan parasosial sering kali didasarkan pada ilusi hubungan dua arah, di mana individu merasakan interaksi dan kedekatan dengan persona media, meskipun hubungan tersebut sebenarnya hanya berjalan satu pihak (Lee, 2022).

Penelitian tentang hubungan parasosial dimulai pada tahun 1950-an, sebelum internet dan media sosial berkembang. Oleh karena itu, Horton dan Wohl (1956) memfokuskan penelitian mereka pada tokoh media non-fiksi seperti penyiar berita. Munculnya media baru menghadirkan fenomena komunikasi interpersonal baru yang melibatkan entitas digital. Hartmann (2008) menjelaskan bahwa hubungan parasosial di media baru memiliki tantangan unik karena media baru berbeda dari media massa tradisional.

Banyak psikolog meragukan keabsahan hubungan parasosial karena teori hubungan umumnya didasarkan pada timbal balik. Hal ini wajar, mengingat psikologi fokus pada studi hubungan diadik (hubungan dua orang) atau kelompok tertentu (keluarga, rekan kerja). Bahkan dalam interaksi online, akan selalu ada hubungan timbal balik. Oleh karena itu hubungan parasosial berbeda dengan hubungan sosial oleh karena itu istilah "parasosial" digunakan. Namun perbedaan ini memicu asumsi bahwa hubungan parasosial "imajiner" dan bahwa individu mengalami delusi bahwa figur media terlibat dalam hubungan dengan mereka. Dalam masyarakat modern, setiap individu memiliki hubungan parasosial dengan ribuan figur media, baik nyata, fiksi, bahkan non-manusia (Giles, 2010).

D. Bentuk Hubungan Parasosial

Hubungan parasosial adalah hubungan sepihak yang intens yang dikembangkan penggemar dengan figur publik atau karakter media. Hubungan ini sering kali dicirikan oleh perasaan keintiman dan koneksi, meskipun tidak ada interaksi timbal balik yang nyata. Hubungan parasosial didasari pada kebutuhan manusia untuk menjalin koneksi sosial dan keinginan untuk mengenal dan terhubung dengan orang lain. Media massa, khususnya media sosial, menyediakan platform bagi individu untuk "berinteraksi" dengan tokoh-tokoh yang mereka kagumi, meskipun interaksi tersebut hanya searah.

Beberapa upaya terbatas telah dilakukan untuk mengklasifikasikan penggemar. Rubin dan McHugh (1987) mengemukakan bahwa interaksi dengan karakter televisi dapat menumbuhkan rasa tertarik, yang kemudian berkembang menjadi hubungan parasosial. Kekuatan hubungan parasosial bagi penggemar kemudian dihubungkan dengan tiga bentuk yang mendasari:

1. *Task Attraction* (Ketertarikan Tugas)

Pada tahap ini, penggemar terkesan dengan kemampuan dan bakat sang idola. Mereka mengagumi karya idolanya dan melihatnya sebagai sumber inspirasi, hiburan, dan bahkan solusi untuk masalah pribadi mereka. Penggemar dengan tipe ini akan melihat idola dari aspek kreatifitas, musikal, artistik, dan bakat tergantung pada bidang pekerjaannya. Penggemar di tahap ini umumnya ingin meniru idola mereka dan mencapai kesuksesan yang sama.

2. *Social Attraction* (Ketertarikan Sosial)

Penggemar merasa memiliki kesamaan dengan idolanya dan ingin menjadi seperti mereka. Mereka mengidentifikasi diri dengan idola, meniru gaya hidup, nilai-nilai, dan bahkan penampilan mereka. Idola menjadi panutan dan memengaruhi pola pikir dan perilaku penggemar. Penggemar cenderung memimpikan sejauh mana penggemar dapat berteman dengan karakter atau tokoh tersebut.

3. *Physical Attraction* (Ketertarikan Fisik)

Physical attraction merupakan bentuk hubungan parasosial yang dibangun oleh penggemar berdasarkan karakteristik fisik dan emosional dengan idolanya. Bentuk ini berbicara tentang daya tarik fisik (visual) dan keinginan penggemar untuk menjalin hubungan nyata dengan idolanya.

Menurut Stever (2009), motivasi penggemar dengan tiga kategori yang paling sering muncul adalah sebagai berikut:

- a. Ketertarikan tugas (menyukai selebriti tersebut karena dia adalah yang terbaik dalam hal yang mereka lakukan). Peran media sosial dalam hal ini ditunjukkan dari seberapa banyak media sosial menunjukkan prestasi dan pencapaian yang diraih oleh selebritas sehingga memotivasi penggemar.
- b. Kelekatan romantis (menyukai selebriti tersebut berdasarkan perasaan romantis dan fisik). Peran media sosial dalam hal ini adalah konten yang berupa postingan media sosial seperti gambar dan video

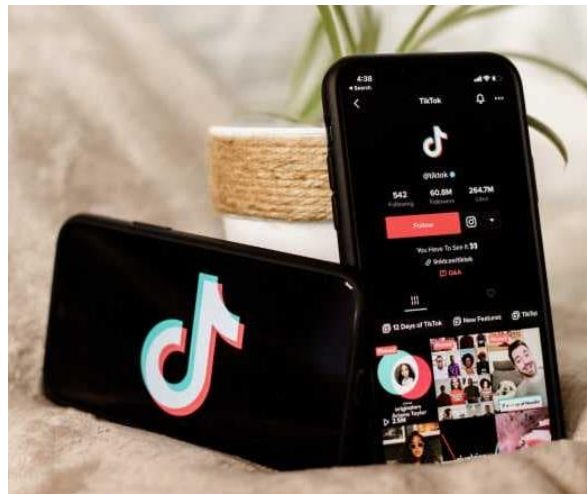
mengenai wajah dan tubuh selebritas sehingga penggemar berangan untuk memiliki hubungan romantis berdasarkan visual yang dimunculkan media sosial.

- c. Kelekatan identifikasi (menyukai selebriti tersebut karena memiliki kemiripan atau karena ingin menjadi seperti dia). Peran media sosial disini menampilkan kehidupan pribadi selebritas melalui vlog atau postingan mengenai pendapat dan prinsip hidup selebriti, sehingga memotivasi penggemar karena memiliki prinsip yang sama.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa hubungan antara penggemar dan selebriti lebih kompleks daripada sekedar kekaguman. Ada berbagai jenis keterikatan emosional yang dapat terjadi, dan hal ini dapat memengaruhi bagaimana penggemar berperilaku dan berinteraksi dengan selebriti favorit mereka.

E. Aplikasi TikTok

TikTok merupakan platform media sosial yang populer di Indonesia sejak awal tahun 2020, berawal dari Douyin, aplikasi buatan Zhang Yiming yang diluncurkan di Cina pada September 2016. Douyin, dengan popularitasnya di Cina, menarik perhatian ByteDance yang kemudian mengakuisisi Musical.ly, platform video pendek serupa, dan menggabungkan keduanya menjadi TikTok.



Gambar 2.1 Aplikasi TikTok

Sumber: <https://uzone.id/4-tren-TikTok-yang-lagi-hype-buat-seru-seruan-saat-waktu-luang>

TikTok memungkinkan pengguna untuk berbagi video singkat berisi musik, tarian, komedi, dan cerita pribadi. Aplikasi ini digemari kalangan muda, dengan pengguna usia 18-24 tahun mendominasi (34,9%) dan pengguna usia 25-34 tahun menyusul (28,2%). TikTok mendunia dengan 1,05 miliar pengguna, dengan Indonesia (109,9 juta pengguna) berada di urutan kedua setelah Amerika Serikat (113,25 juta pengguna).

Perkembangan TikTok di Indonesia telah melalui beberapa fase yang signifikan. Pada tahun 2018 aplikasi ini disebut sebagai aplikasi terbaik dan menghibur di *Play Store*. Namun aplikasi ini sempat ditolak oleh masyarakat Indonesia dan pada Juli 2018, TikTok diblokir oleh Kementerian Komunikasi dan Informasi dengan alasan adanya konten-konten yang memiliki pengaruh buruk, terutama bagi anak-anak. Namun pemblokiran tersebut hanya berlangsung selama beberapa minggu.

Setelah sempat diblokir, platform media sosial TikTok kini kembali dapat diakses oleh pengguna di Indonesia. Hal ini menyusul kerja sama antara ByteDance, perusahaan pengembang TikTok, dengan pemerintah Indonesia untuk memastikan platform ini digunakan secara aman dan bertanggung jawab. Sebagai bentuk komitmennya, CEO TikTok, Kelly Zhang, beserta timnya langsung berkunjung ke Indonesia untuk membahas lebih lanjut terkait pemblokiran aplikasi tersebut. TikTok juga menyampaikan beberapa langkah konkret, seperti menaikkan batas usia minimum pengguna menjadi 16 tahun dan menghapus konten-konten negatif yang beredar di platformnya. Selain itu, TikTok merekrut 20 orang staf baru di Indonesia untuk bertugas mengawasi dan memantau konten yang dibuat oleh pengguna lokal.

Saat ini, TikTok menjadi bagian penting budaya populer, sebagai pusat konten, kegiatan kreatif dan interaksi sosial. Platform ini menawarkan ruang untuk menciptakan tren baru di berbagai bidang. Algoritma canggih TikTok memungkinkan pengguna untuk menerima video sesuai preferensi dan kebutuhan mereka. Dalam platform TikTok, hubungan parasosial memungkinkan pengguna untuk mengidentifikasi diri dengan para selebriti atau pengguna populer di platform tersebut, yang kemudian dapat memengaruhi perilaku dan preferensi pengguna (Perbawani & Nuralin, 2021).

TikTok berisi banyak konten kreatif yang merupakan segala bentuk komunikasi yang bertujuan untuk menghibur, menginformasikan, atau mendidik audiens (Kotler, P., & Keller, K.L. 2009). Yang dimaksudkan adalah bahwa konten

kreatif dan hiburan merupakan komunikasi yang dapat membuat audiens menjadi terhibur.

TikTok merupakan platform media sosial berbasis video yang populer, sehingga terkenal dengan trennya yang selalu berkembang dan viral. Tren ini mencakup berbagai hal, mulai dari tarian, tantangan, gaya hidup, musik, dan banyak lagi. Tren-tren ini tak hanya menghibur, tetapi juga dapat memengaruhi cara orang mengekspresikan diri, berinteraksi, dan bahkan berpakaian.

Konten TikTok tak hanya berisi hiburan, tetapi juga cerita hidup pribadi, refleksi diri, dan penggunaan lagu populer. Salah satu tren viral adalah penggunaan lagu "*All Too Well*" Taylor Swift untuk berbagi cerita dan pengalaman pribadi. Tren ini merepresentasikan penggunaan TikTok sebagai media "curhat" layaknya "*dear diary*".

Salah satu contoh tren viral yang menarik adalah "*Dear Mbak Taylor*". Tren ini melibatkan pengguna TikTok yang membuat video curahan hati kepada penyanyi Taylor Swift. Video-video ini bisa berupa ungkapan kekaguman, harapan, atau cerita pribadi, dan biasanya diiringi dengan lagu-lagu Taylor Swift. Popularitas Taylor Swift di Indonesia dan kedekatan penggemarnya dengan musiknya menjadi faktor pendorong utama tren ini.

F. Figur Taylor Swift

Taylor Swift, lahir pada 13 Desember 1989 di Pennsylvania, adalah penyanyi-penulis lagu Amerika Serikat terkemuka yang dikenal dengan gaya penulisan lagu naratif dan kesuksesannya di industri musik. Kebangkitan Taylor

Swift dimulai dalam genre musik country dengan album dirilis pada tahun 2006. Selama bertahun-tahun, ia beralih ke musik pop, mendapatkan popularitas dan pujian kritis yang lebih besar lagi. Kemampuan Swift untuk terhubung dengan pendengarnya melalui lirik yang menyentuh hati dan cerita yang *relatable* telah menjadi faktor kunci dalam ikatan kuatnya dengan para penggemarnya (Zhang, 2022).

Taylor Swift adalah figur terkemuka di industri musik, dikenal karena kariernya yang sukses selama lebih dari dua dekade. Dia telah menjadi titik fokus utama budaya selebriti global. Musik dan citra publik Swift telah berkembang selama bertahun-tahun, dengan setiap era ditandai oleh persona dan gaya yang berbeda (Driessen, 2022).

Keberhasilannya yang bertahan lama di pasar musik telah memperkuat posisinya sebagai artis papan atas. Etos kerja dan dedikasinya pada keahliannya telah ditekankan, yang menekankan statusnya sebagai individu pekerja keras di industri hiburan. Karier Taylor Swift yang beraneka ragam, dari evolusi musiknya hingga pengaruh politik dan dampak sosialnya, menunjukkan dirinya sebagai tokoh budaya penting yang karyanya melampaui batas industri musik (Cao, 2023).

Sepanjang karirnya yang gemilang, Taylor Swift telah menuai berbagai penghargaan bergengsi, termasuk 12 Grammy Awards, 32 American Music Awards, 29 Billboard Music Awards, dan 6 Brit Awards. Pencapaiannya ini menjadi bukti bakat dan dedikasinya dalam industri musik. Tak hanya itu, Taylor Swift juga berhasil memecahkan banyak rekor dunia Guinness, salah satunya

sebagai artis yang paling banyak di-stream di Spotify dalam satu hari. Ia pun tercatat sebagai artis wanita terlaris sepanjang masa, menunjukkan popularitasnya yang mendunia.



Gambar 2.2 Taylor Swift dalam *Grammy Award*

Sumber: <https://www.grammy.com/news/taylor-swift-album-of-the-year-2024-grammys-speech>

Di luar musik, Taylor Swift aktif dalam berbagai isu sosial dan politik, seperti hak LGBTQ+, kontrol senjata, dan kesetaraan gender. Aktivismenya ini mencerminkan kepeduliannya terhadap kemanusiaan dan inspirasinya bagi banyak orang. Kebaikan hati Taylor Swift juga terlihat dalam aksi filantropinya. Ia telah menyumbangkan jutaan dolar untuk berbagai badan amal, menunjukkan dedikasi dan komitmennya untuk membantu mereka yang membutuhkan.

Dampak Swift pada berbagai aspek masyarakat terlihat jelas dalam pidato dan penampilan publiknya. Pidatonya telah dianalisis untuk tindakan ilokusi, mengungkapkan niat tersembunyi dan strategi retorika (Olii, 2023). Lebih lanjut, pidatonya telah menyoroti masalah kurangnya representasi perempuan di industri

musik, sebagaimana tercermin dalam fitur linguistik seperti kata ganti dan tindakan bicara asertif. Kemampuan Swift untuk terhubung dengan penggemarnya telah menjadi subjek penelitian, terutama terkait dengan kebangkitan politiknya dan pemberdayaan yang diperoleh penggemar dari tindakannya (Driessen, 2022).

G. Fandom Swifties

Penggemar adalah khalayak atau suatu kelompok yang menyukai sesuatu dengan antusias dalam berbagai hal. Penggemar adalah individu yang memiliki minat dan antusiasme yang tinggi terhadap suatu objek, seperti selebritas, band musik, film, buku, atau hobi tertentu. Mereka secara aktif terlibat dalam komunitas penggemar, bertukar informasi, dan menciptakan karya kreatif terkait objek yang mereka sukai (Jenkins, H. 1992).

Fandom Swifties adalah istilah yang merujuk pada penggemar-penggemar yang sangat setia dan berkomitmen terhadap musisi Taylor Swift. Mereka tidak hanya menikmati musiknya, tetapi juga terlibat dalam berbagai aktivitas yang berkaitan dengan Swift, seperti mendengarkan lagu-lagunya, mengikuti berita terbaru tentangnya, dan berpartisipasi dalam diskusi online tentang karya-karyanya (Driessen, 2022).

Sebagaimana halnya didalam penelitian ini, penggemar Taylor Swift yaitu “Swifties” yang menyukai karyanya dengan semangat membuat sebuah trend yang akhirnya menjadi viral dan ramai diperbincangkan diberbagai platform media khususnya TikTok. Swifties, istilah yang diciptakan untuk merujuk pada basis

penggemarnya yang berdedikasi, dikenal karena dukungan dan kekaguman mereka yang tak tergoyahkan kepada Taylor Swift.

Hubungan antara Taylor Swift dan Swifties dicirikan oleh saling mengagumi dan mendukung. Swifties dikenal dengan loyalitas dan semangat mereka terhadap musik dan persona Taylor Swift. Mereka secara aktif terlibat dengan karyanya, menghadiri konsernya, berpartisipasi dalam acara penggemar, dan mempromosikan musiknya di platform media sosial (Muharman et al., 2020).

Taylor Swift, pada gilirannya, telah menunjukkan apresiasi kepada para penggemarnya melalui berbagai cara. Dia dikenal sering berinteraksi dengan Swifties di media sosial, mengejutkan mereka dengan hadiah yang dipersonalisasi, dan bahkan mengundang mereka ke acara mendengarkan eksklusif. Swift sering mengakui dampak yang dimiliki penggemarnya terhadap kariernya dan mengungkapkan rasa terima kasih atas dukungan mereka yang tak tergoyahkan (Dajches & Aubrey, 2023).

Dengan ramai, para penggemar Taylor Swift turut membagikan konten-konten yang terkait, dan menjadi viral diberbagai daerah yang ada di Indonesia. Trend “*Dear Mbak Taylor*” ini berhasil mencapai 90 ribu postingan terkait dengan Trend yang awalnya diciptakan oleh penggemar Taylor Swift.

Ikatan antara Taylor Swift dan Swifties melampaui sekadar hubungan artis-penggemar pada umumnya. Swifties sering menemukan hiburan dan inspirasi dalam musik Taylor Swift, yang membahas tema cinta, patah hati, pemberdayaan,

dan pertumbuhan pribadi. Banyak penggemar yang berelasi dengan pengalaman Swift dan melihatnya sebagai panutan.

Kesimpulannya, hubungan antara Taylor Swift dan Swifties adalah hubungan yang unik dan simbiosis, yang dicirikan oleh saling mengagumi, mendukung, dan koneksi emosional yang mendalam. Kemampuan Taylor Swift untuk terhubung dengan penggemarnya melalui musik dan interaksi pribadinya telah memperkuat loyalitas dan dedikasi basis penggemarnya. Ikatan antara Taylor Swift dan Swifties menggambarkan dampak kuat yang dapat dimiliki musik dan seni terhadap individu dan komunitas.