



Remaja Penggemar *Kpop* Kesepian? Studi pada *Treasure Maker* di Kota Bandung

Hasna Rafifah, Endah Nawangsih*

Prodi Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Islam Bandung, Indonesia

ARTICLE INFO

Article history :

Received : 28/09/2024
Revised : 19/12/2024
Published : 20/12/2024



Creative Commons Attribution-
NonCommercial-ShareAlike 4.0
International License.

Volume : 4
No. : 2
Halaman : 71 - 76
Terbitan : **Desember 2024**

Terakreditasi Sinta [Peringkat 5](#)
berdasarkan Ristekdikti
No. 177/E/KPT/2024

ABSTRAK

Maraknya “*Korean Wave*” dengan sasaran penyebaran remaja, menyebabkan tingginya angka fans K-Pop di usia remaja. Perkembangan teknologi yang terus terjadi menghadirkan *platform* khusus idola dan penggemar yang memudahkan para penggemar mengakses informasi mengenai idolanya, yang kemudian dapat menumbuhkan perasaan kelekatan. Individu yang kurang terampil dalam bersosialisasi seperti individu dengan tingkat kesepian yang tinggi, cenderung menjalin hubungan parasosial untuk dapat memenuhi kebutuhan sosial dan persahabatannya. Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh data empiris dari hubungan antara *loneliness* dengan *parasocial relationship* pada *Treasure Maker* pengguna *Weverse Membership* dengan metode kuantitatif dan jumlah sampel 235 *Treasure Maker* pengguna *Weverse Membership* yang berada di Kota Bandung. Peneliti menggunakan alat ukur *UCLA Loneliness Scale Version 3* yang dikembangkan oleh Rusell (1996) dan *Multiple Parasocial Relationship Scale (MPR-S)* dari Tukachinsky (2010). Hasil dari analisis data yang dilakukan dengan teknik korelasi *Rank Spearman*, didapatkan nilai koefisien korelasi sebesar 0.998 pada *parasocial friendship* dan 0.997 pada *parasocial love* dengan nilai signifikansi sebesar 0.000. Hasil tersebut menunjukkan bahwa H_0 ditolak, artinya terdapat hubungan positif antara *loneliness* dengan *parasocial relationship*, semakin tinggi *loneliness* maka semakin tinggi derajat *parasocial relationship*.

Kata Kunci : Kesepian, Hubungan Parasosial, *Treasure Maker*

ABSTRACT

The rise of the “*Korean Wave*” targeting teenagers has led to a high number of K-Pop fans in their teens. The ongoing development of technology has presented a special platform for idols and fans that makes it easier for fans to access information about their idols, which can then foster feelings of attachment. Individuals who are less skilled in socializing, such as individuals with high levels of loneliness, tend to form parasocial relationships to be able to fulfill their social and friendship needs. This study aims to obtain empirical data on the relationship between loneliness and parasocial relationships in *Treasure Maker* users of *Weverse Membership* using quantitative methods and a sample size of 235 *Treasure Maker* users of *Weverse Membership* in Bandung City. The researcher used the *UCLA Loneliness Scale Version 3* measuring instrument developed by Rusell (1996) and the *Multiple Parasocial Relationship Scale (MPR-S)* from Tukachinsky (2010). The results of the data analysis carried out using the *Spearman Rank* correlation technique, obtained a correlation coefficient value of 0.998 for parasocial friendship and 0.997 for parasocial love with a significance value of 0.000. The results show that H_0 is rejected, meaning that there is a positive relationship between loneliness and parasocial relationships, the higher the loneliness, the higher the degree of parasocial relationship.

Keywords : Loneliness, Parasocial Relationship, *Treasure Maker*

Copyright© 2024 The Author(s).

A. Pendahuluan

Budaya Korea saat ini tersebar luas dan berkembang pesat secara global dalam dua dekade terakhir, yang kemudian menghasilkan suatu fenomena “*Korean Wave*”. Penyebaran ini mengacu pada budaya Korea dengan bentuk film, drama, musik, cara berpakaian, dan lainnya yang tersebar dan populer di berbagai negara [1]. Salah satu *boy group* K-Pop yang populer saat ini adalah *Treasure*. *Fanbase Treasure* dari Indonesia di Instagram @wowfakta *Treasure* menjadi akun *fanbase Treasure* yang paling banyak diikuti diantara *fanbase Treasure* lainnya. Hal ini menandakan bahwa *Treasure* telah memiliki banyak penggemar dari berbagai negara, terutama Indonesia.

Treasure memiliki penggemar yang bernama *Treasure Maker* atau dikenal juga dengan *Teume*. Para anggota *Treasure* sangat aktif menyapa *Teume* melalui aplikasi khusus idola dan penggemar yang bernama *Weverse*. Berbeda dari Instagram dan X dan sosial media lainnya yang dapat diikuti dan dilihat oleh khalayak umum, *Weverse* merupakan *platform* media sosial yang dibuat khusus untuk idol dengan penggemar. Adanya akses internet dan hadirnya *platform* yang dikhususkan untuk penggemar ini, semakin memudahkan para penggemar untuk bisa lebih banyak melakukan interaksi dengan idolanya.

Banyaknya interaksi yang dilakukan oleh penggemar tersebut secara tidak langsung dapat membentuk suatu kelekatan antar para penggemar dengan idolanya [2]. Pada diri penggemar, kelekatan yang terbentuk ini kemudian menumbuhkan sebuah perasaan seperti mengenal dan mengetahui idola tersebut. Fenomena ini yang kemudian biasa disebut dengan hubungan parasosial atau *parasocial relationship (PSR)*. Hubungan ini melibatkan perasaan yang nyata terhadap tokoh yang muncul melalui media [3]. Perasaan penggemar ini dapat ditunjukkan melalui praktik konsumsi konten selebritas [4]. Dari pernyataan tersebut, penggemar yang melakukan praktik konsumsi seperti membeli atau berlangganan fitur *membership* untuk mendapatkan konten eksklusif, cenderung memiliki tingkat hubungan parasosial yang tinggi karena adanya perasaan yang lebih intens dengan idolanya.

Tingginya tingkat hubungan parasosial yang terbentuk antara penggemar dan idolanya dapat memberikan dampak negatif. Banyak penggemar yang menghabiskan banyak waktu untuk *online* yang dapat berdampak pada penggunaan internet yang berlebihan (*excessive internet use*) bahkan ketergantungan atau kecanduan internet [5]. Penggemar K-Pop dapat berdampak pada perilaku obsesif yang berlebihan seperti *stalking* (menguntit) idolanya [6]. Selain itu, dampak lain kepada psikologis penggemarnya, ialah menjadi terobsesi dengan idolanya, munculnya delusi dimana penggemar menjadi tidak mengenal batasan yang ada pada dirinya dan idolanya, yang kemudian dapat mengarah kepada perbuatan negatif yang berbahaya untuk banyak orang termasuk idola tersebut [7].

Dengan adanya aplikasi khusus penggemar dapat menciptakan suasana yang lebih bersahabat diantara interaksi idola dan penggemar [8]. Adanya intensitas *posting* yang tinggi oleh sang idola, dapat membuat penggemar menjadi lebih sering mengunjungi *weverse*. Seorang K-Popers sering menghabiskan waktunya untuk mengetahui informasi mengenai idolanya hingga membuat ia meninggalkan pekerjaan yang lebih penting, seperti mengerjakan tugas kuliahnya [9]. Pada aplikasi ini, sang idola dapat mengunggah pesan dan menuliskan perasaan pribadi yang disampaikan melalui tulisan dengan bahasa yang digunakan sehari-hari, serta tak jarang mengunggahnya dengan foto, dapat membuat tingkat keintiman, dimana penggemar merasa selayaknya menjadi teman dari idolanya [10].

Hubungan parasosial yang bersifat ilusi dan sepihak, memberikan pengalaman sosial tanpa risiko penolakan dan tidak memerlukan keterampilan sosial yang baik. Dengan demikian, individu yang kesulitan untuk membentuk hubungan yang bermakna dalam kehidupan nyata, mungkin akan menjalin ikatan dengan tokoh media [11]. Oleh karena itu, individu dengan kehidupan sosial yang tidak memuaskan, misalnya individu dengan tingkat kesepian yang tinggi, lebih mungkin untuk menjadi pemicu seseorang untuk menjalin hubungan parasosial. Mereka akan mendapatkan interaksi sosial dan kepuasan emosional yang tidak dapat ditemukan di kehidupan nyata, sehingga dapat mengurangi perasaan kesepian. Individu yang kurang terampil dalam hubungan sosial, akan lebih sering menetap di dalam rumah sehingga cenderung cenderung mengatasi perasaan tersebut dengan menjalin hubungan dengan tokoh idola yang mereka sukai [12].

Loneliness atau kesepian akan mungkin terjadi apabila individu tidak memiliki hubungan sosial selayaknya apa yang diharapkan [13]. Ketidaksiharian hubungan sosial yang diinginkan di dunia nyata membuat individu kemudian mencari pelarian dengan menggunakan media. Individu yang merasa kesepian, memiliki motivasi lebih dalam bermain media sosial agar dapat menggantikan interaksi yang tidak ia dapatkan di dunia

nyata [14]. Pada tahun 2021, *Into the Light* melakukan survei untuk remaja akhir di 6 provinsi pulau jawa yang berada pada usia 18-22 tahun, dimana 98% dari mereka mengalami kesepian [15]. Hal ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Luhman dan Hawkley (2016) dimana dikatakan bahwa individu pada usia remaja akhir cenderung menghabiskan banyak waktunya sendirian dan merasakan kesepian [16].

Berdasarkan uraian di atas, dapat dilihat bahwa individu yang memiliki hubungan parasosial adalah individu yang mencari kepuasan untuk memenuhi kebutuhan untuk mengisi kesepian yang dirasakan oleh individu tersebut. Individu dapat berinteraksi dengan idolanya tanpa takut adanya penilaian terhadap dirinya, mencari hubungan romantis, menghilangkan kesepian, dan mendapatkan pengertian yang tidak mereka dapat di dunia nyata. Ketika individu yang merasa kesepian bergabung ke *Weverse*, mereka dapat memenuhi interaksi sosial yang mereka kurang di kehidupan nyata. Melalui perilaku parasosial, mereka bisa merasa terhubung dan mendapatkan kepuasan emosional, yang dapat mengurangi perasaan kesepian.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan *Treasure Maker* yang berada pada usia remaja akhir dan berlangganan *weverse membership* sebagai sampel penelitian. Sebagaimana fenomena yang terjadi, dimana individu yang kesepian cenderung melakukan interaksi secara *online* dengan idolanya dan mengakibatkan munculnya hubungan parasosial, karena hubungan ini memberikan pengalaman sosial tanpa risiko penolakan. Penggemar yang berlangganan aplikasi *weverse* merupakan penggemar yang melakukan praktik konsumsi, dimana penggemar rela mengeluarkan Rp255.000,00 hingga Rp310.000,00 per tahunnya untuk mendapatkan konten eksklusif, sehingga semakin mungkin memiliki tingkat hubungan parasosial yang tinggi.

Berdasarkan fenomena yang telah dipaparkan, perkembangan teknologi yang saat ini menyediakan kemudahan-kemudahan bagi penggemar dalam mengakses informasi dan berinteraksi dengan selebriti, menjadi salah satu solusi remaja mengatasi kesepian sekaligus menjadi faktor terjadinya *parasocial relationship*. Hadirnya aplikasi khusus penggemar yaitu *Weverse* yang menyediakan konten eksklusif *membership* dan tingginya intensitas posting grup idola *Treasure* pada aplikasi tersebut, dapat menyebabkan tingginya tingkat *parasocial relationship* yang akan membawa dampak negatif, terutama pada kesehatan mental penggemar. Selain itu, penelitian ini dilakukan karena adanya keberagaman dari hasil penelitian sebelumnya mengenai hubungan antara kesepian dan hubungan parasosial. Sehingga penelitian ini dilakukan dalam rangka mengklarifikasi korelasi ini yang berfokus pada penggemar *Treasure* di Bandung yang berlangganan *Weverse*. Maka peneliti ingin meneliti untuk mengetahui lebih lanjut dan mengenai “Hubungan *Loneliness* dengan *Parasocial Relationship*” yang dilakukan pada *Treasure Maker* di Kota Bandung yang menggunakan *weverse membership*.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: “Apakah terdapat hubungan antara *loneliness* dengan *parasocial relationship* pada *Treasure Maker* pengguna *Weverse Membership* di Kota Bandung?”. Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sebagai berikut : (1) untuk mengetahui tingkat *parasocial relationship* pada *Treasure Maker* pengguna *Weverse Membership* di kota Bandung?; (2) untuk mengetahui tingkat *loneliness* pada *Treasure Maker* pengguna *Weverse Membership* di kota Bandung? ; (3) untuk mengetahui hubungan antara *loneliness* dengan *parasocial relationship* pada *Treasure Maker* pengguna *Weverse Membership* di kota Bandung?

B. Metode Penelitian

Peneliti menggunakan metode teknik analisis korelasional dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah *Treasure Maker* pengguna *Weverse Membership* di Kota Bandung.

Dengan teknik pengambilan sampel yaitu *non probability* dengan jenis *Convenience Sampling* diperoleh jumlah sampel penelitian sebanyak 234 *Treasure Maker* pengguna *Weverse Membership* yang berada pada usia remaja akhir. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuesiner yang dibagikan melalui *google form*. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknis analisis korelasi *spearman*.

C. Hasil dan Pembahasan

Sampel yang diperoleh pada penelitian ini ialah 235 *Treasure Maker* berusia 18-22 Tahun di Kota Bandung, dimana 83.8% sampel merupakan perempuan dan 16.2% lainnya merupakan laki-laki. Kegiatan yang paling

banyak dilakukan ketika membuka *weverse* ialah untuk menonton siaran langsung, mengunjungi profil idola dan membuat komentar pada postingan idolanya.

Tabel 1. Kategorisasi Tingkat Parasocial Relationship

	Kategori	Interval	Frekuensi	Presentase
<i>Parasocial Friendship</i>	Rendah	17 – 72	92	39,1%
	Tinggi	73 – 91	143	60,9%
	Total		235	100%
<i>Parasocial Love</i>	Rendah	13 – 51	86	36,3%
	Tinggi	52 – 63	149	63,4%
	Total		235	100%

Berdasarkan tabel di atas, hampir seluruh responden memiliki tingkat *parasocial relationship* yang tinggi, dengan persentase 60.9% pada *parasocial friendship* dan 63.4% pada *parasocial love*. Tingginya tingkat *parasocial relationship* pada penelitian ini dapat disebabkan oleh pemilihan responden yang merupakan penggemar pelaku praktik konsumsi selebritas, dengan cara berlangganan *weverse membership* untuk mengakses konten yang dibagikan oleh anggota *Treasure*. Menurut Klimmt et al. (2006), perasaan individu yang intens terhadap selebritas dapat ditunjukkan melalui praktik konsumsi dari penggemar terhadap selebriti [17].

Tabel 2. Kategorisasi Tingkat Parasocial Relationship Berdasarkan Aspek

Aspek	Sub-Aspek	Kategori	Frekuensi	%
<i>Parasocial Friendship</i>	<i>Communication</i>	Rendah	13	5.5%
		Tinggi	222	94.5%
	<i>Support and companionship</i>	Rendah	21	9%
		Tinggi	214	91%
<i>Parasocial Love</i>	<i>Physical Attraction</i>	Rendah	21	9%
		Tinggi	214	91%
	<i>Emotional Response</i>	Rendah	23	10%
		Tinggi	212	90%

Berdasarkan data baik aspek *parasocial friendship* dan *parasocial love* masuk kedalam kategori tinggi, dimana persentase tertinggi berada pada aspek *communication* yaitu 94.5%. Menurut Tukachinsky (2010), hubungan parasosial adalah hubungan dengan melibatkan media yang mengalami keintiman dan persahabatan dengan figur media [18]. Artinya, *Treasure Maker* pengguna *Weverse Membership* di Kota Bandung menjalin komunikasi secara terbuka dengan idolanya dengan cara berkomentar di postingan idolanya, selalu ingin mempercayai dan mendukung secara penuh idolanya, dan memiliki ketertarikan fisik kepada idolanya.

Tabel 3. Kategorisasi Tingkat Loneliness

Kategori	Interval	Frekuensi	Presentase
Rendah	18 – 45	104	44%
Tinggi	46 – 72	131	56%
Total		235	100%

Tingkat loneliness dari 235 responden pada penelitian ini, 56% responden memiliki tingkat loneliness yang tinggi, sedangkan 44% lainnya memiliki tingkat loneliness yang rendah. Namun, perbedaan persentase antara responden dengan loneliness tinggi dan loneliness rendah tidak jauh berbeda, sehingga perbandingan ini tidak terlalu berarti. Artinya sebagian *Treasure Maker* pengguna *Weverse Membership* di Kota Bandung cenderung kurang dapat menjalin hubungan sosial selayaknya apa yang diharapkan. *Loneliness* yang tinggi dapat disebabkan oleh faktor usia, dimana responden pada penelitian ini merupakan remaja akhir berusia 18-22 tahun.

Tabel 4. Kategorisasi Tingkat *Loneliness* Berdasarkan Aspek

Aspek	Kategori	Frekuensi	%
<i>Trait Loneliness</i>	Rendah	73	31%
	Tinggi	162	69%
<i>Social Desirability Loneliness</i>	Rendah	121	51%
	Tinggi	114	49%
<i>Depression Loneliness</i>	Rendah	96	41%
	Tinggi	139	59%
Total		235	100%

Aspek *trait loneliness* merupakan aspek yang berada pada kategori tinggi, dengan persentase 69%. Artinya sebagian *Treasure Maker* pengguna *Weverse Membership* di Kota Bandung cenderung kurang dapat beradaptasi atau menyesuaikan diri, kurangnya rasa percaya diri dan mempersepsikan bahwa hidupnya tidak bermakna sehingga memandang individu lain sebagai saingan. Menurut Russel (1996) individu dengan tingkat *loneliness* tinggi memiliki rasa kurang percaya diri, merasa diasingkan oleh lingkungannya, tidak memiliki kehidupan sosial, mengalami perasaan tertekan, sedih, dan memiliki harga diri yang rendah [19].

Tabel 5. Hubungan Antara *Loneliness* (X) dengan *Parasocial Relationship* (Y)

		<i>Correlations</i>			
		<i>Parasocial Friendship</i>	<i>Parasocial Love</i>	<i>Loneliness</i>	
<i>Spearman's rho</i>	<i>Parasocial Friendship</i>	<i>Correlation Coefficient</i>	1.000	.997**	.998**
		<i>Sig. (2-tailed)</i>	.	.000	.000
		<i>N</i>	235	235	235
	<i>Parasocial Love</i>	<i>Correlation Coefficient</i>	.997**	1.000	.998**
		<i>Sig. (2-tailed)</i>	.000	.	.000
		<i>N</i>	235	235	235
	<i>Loneliness</i>	<i>Correlation Coefficient</i>	.998**	.998**	1.000
		<i>Sig. (2-tailed)</i>	.000	.000	.
		<i>N</i>	235	235	235

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel 5, nilai $p\text{-value} = 0,000 < \alpha = 0.05$ maka H_0 ditolak, artinya terdapat hubungan (korelasi) antara *Loneliness* dengan *Parasocial Relationship* pada *TREASURE MAKER* pengguna *Weverse membership*.

Nilai korelasi antara *Loneliness* dengan *Parasocial Friendship* adalah sebesar 0,998, nilai tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antar variabel bernilai positif yaitu apabila semakin tinggi tingkat *loneliness* yang dimiliki *TREASURE MAKER* pengguna *Weverse membership*, maka akan semakin tinggi juga *Parasocial Friendship*-nya.

Nilai korelasi antara *Loneliness* dengan *Parasocial Love* adalah sebesar 0,997, nilai tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antar variabel bernilai positif yaitu apabila semakin tinggi tingkat *loneliness* yang dimiliki *TREASURE MAKER* pengguna *Weverse membership*, maka akan semakin tinggi juga *Parasocial Love*-nya.

D. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa gambaran tingkat *parasocial relationship*, baik *parasocial friendship* dan *parasocial love* pada *Treasure Maker* pengguna *Weverse Membership* di Kota

Bandung berada dalam kategori tinggi. Gambaran tingkat *loneliness* pada *Treasure Maker* pengguna *Weverse Membership* di Kota Bandung dapat dikatakan berada dalam kategori tinggi.

Berdasarkan uji yang telah dilakukan, terdapat hubungan positif yang kuat antara *loneliness* dengan *parasocial friendship* dan *parasocial love* pada *Treasure Maker* pengguna *Weverse Membership* di Kota Bandung. Maka, semakin tinggi tingkat *loneliness* pada *Treasure Maker* pengguna *Weverse Membership* di Kota Bandung, maka akan semakin tinggi juga tingkat *parasocial friendship* dan *parasocial love*-nya.

Daftar Pustaka

- [1] S. Lee and A. M. Nornes, "Hallyu 2.0: The Korean Wave in the Age of Social Media," in *Introduction : A Decade of Hallyu Scholarship : Toward a New Direction in Hallyu 2.0*, Amerika Serikat: University of Michigan Press, 2015.
- [2] D. A. Saifuddin and A. M. Masykur, "INTERAKSI PARASOSIAL," *Jurnal EMPATI*, vol. 3, no. 4, pp. 143–152, Oct. 2014, doi: 10.14710/empati.2014.7568.
- [3] D. Horton and R. Richard Wohl, "Mass Communication and Para-Social Interaction," *Psychiatry*, vol. 19, no. 3, pp. 215–229, Aug. 1956, doi: 10.1080/00332747.1956.11023049.
- [4] K. Hellekson and K. Busse, *Fan Fiction and Fan Communities in the Age of the Internet: New Essays*. North Carolina: McFardland, 2014.
- [5] C. L. Jarzyna, "Parasocial Interaction, the COVID-19 Quarantine, and Digital Age Media," *Human Arenas*, vol. 4, no. 3, pp. 413–429, Sep. 2021, doi: 10.1007/s42087-020-00156-0.
- [6] M. Khairil, M. I. Yusaputra, and . N., "Efek Ketergantungan Remaja K-Popers Terhadap Media Sosial di Kota Palu," *Jurnal ASPIKOM*, vol. 4, no. 1, p. 14, Aug. 2019, doi: 10.24329/aspikom.v4i1.484.
- [7] K. Wulandari, Sugandi, and Hairunnisa, "Interaksi Parasosial dan Tingkat Loyalitas Konsumen Remaja Akhir Penggemar Korean Pop (K-Pop) di Samarinda," *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, vol. 4, no. 2, 2023.
- [8] A. A. Desriana, "Pemaknaan Hubungan Parasosial Dan Kesepian Nctzen Pada Platform Weverse," Universitas Medan Area , Medan, 2022.
- [9] R. Sanjaya and D. Rahmasari, "Self-Control of Kpopers Experiencing Celebrity Worship Syndrome," *Character Jurnal Penelitian Psikologi*, vol. 10, no. 1, pp. 409–426, 2023.
- [10] A. Sagita and D. Kadewardana, "Hubungan Parasosial di Media Sosial: Studi pada fandom army di twitter," *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, vol. 8, no. 1, pp. 45–58, 2017.
- [11] J. Tsao, "Compensatory media use: An exploration of two paradigms," *Commun Stud*, vol. 47, no. 1–2, pp. 89–109, Mar. 1996, doi: 10.1080/10510979609368466.
- [12] J.-E. Nordlund, "Media Interaction," *Communic Res*, vol. 5, no. 2, pp. 150–175, Apr. 1978, doi: 10.1177/009365027800500202.
- [13] L. E. Berk, *Development through the lifespan*, Sixth Edition. 2014.
- [14] H. Guo, "Linking loneliness and use of social media," *University of Helsinki*, 2018.
- [15] CNNIndonesia, "Survei: 98 Persen Orang Indonesia Kesepian di Masa Pandemi," CNN Indonesia.
- [16] M. Luhmann and L. C. Hawkley, "Age differences in loneliness from late adolescence to oldest old age.," *Dev Psychol*, vol. 52, no. 6, pp. 943–959, Jun. 2016, doi: 10.1037/dev0000117.
- [17] C. Klimmt, T. Hartmann, and H. Schramm, "Psychology of entertainment ," in *Parasocial Interactions and Relationships*, J.Bryant & P.Vorderer., Lawrence Erlbaum Associates, 2006, pp. 291–313.
- [18] R. Tukachinsky, "Para-Romantic Love and Para-Friendships: Development and Assessment of a Multiple-Parasocial Relationships Scale," Amerika Serikat, 2010.
- [19] D. W. Russell, "UCLA Loneliness Scale (Version 3): Reliability, validity, and factor structure.," *J Pers Assess*, vol. 66, no. 1, pp. 20–40, 1996.