



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 3 Tahun 2024 Page 18071-18079

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

## Kesepian dengan Kecenderungan Adiksi Media Sosial Penggemar K-pop di Indonesia

Zefanya Mikha Hombokau<sup>1✉</sup>, Dewita Karema Sarajar<sup>2</sup>

Fakultas Psikologi Universitas Kristen Satya Wacana

Email: [mhombokau@gmail.com](mailto:mhombokau@gmail.com)<sup>1✉</sup>

### Abstrak

Penggemar K-pop sangat erat dengan kemajuan teknologi, salah satunya dengan perkembangan platform media sosial. Ketika mengakses media sosial secara berlebihan dapat memunculkan kecenderungan adiksi media sosial. Akan tetapi, hal tersebut dilakukan oleh penggemar K-pop untuk menghilangkan rasa kesepian yang dialami. Tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara kesepian dengan kecenderungan adiksi media sosial pada penggemar K-pop di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan korelasional. Terdapat dua skala yang digunakan yaitu skala *University of California Los Angeles (UCLA) Loneliness Scale Version 3* yang dikemukakan oleh Russell (1996) dan skala *Social Media Addiction Scale - Student Form: The Reliability and Validity Study* yang dikembangkan oleh Sahin (2018). Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Sebanyak 186 penggemar K-pop menjadi partisipan dalam penelitian ini. Semakin tinggi tingkat kesepian yang dirasakan maka semakin tinggi pula tingkat kecenderungan adiksi media sosial yang muncul.

Kata Kunci: *Kecenderungan Adiksi Media Sosial; Kesepian; Penggemar K-op.*

## Abstract

K-pop fans are very closely connected with technological advances, one of which is the development of social media platforms. When accessing social media, it excessively can lead to a tendency to become addicted to social media. However, this is the things that K-pop fans do to relieve the feeling of loneliness they experience. The aim of this research is to find out whether there is a relationship between loneliness and the tendency to become addicted to social media among K-pop fans in Indonesia. This research uses quantitative methods with a correlational approach. There are two scales used, namely the University of California Los Angeles (UCLA) Loneliness Scale Version 3 proposed by Russell (1996) and the Social Media Addiction Scale - Student Form: The Reliability and Validity Study developed by Sahin (2018). This research uses a purposive sampling technique. A total of 186 K-pop fans were participants in this research. The higher the level of loneliness felt, the higher the level of social media addiction that appears.

Keyword: *K-pop fans; Loneliness; Social Media Addiction*

## PENDAHULUAN

K-pop merupakan sebuah *genre* musik pop yang dinyanyikan oleh sekelompok orang laki-laki maupun perempuan, ada yang berupa kelompok band, *boy group* atau *girl group* juga solois (Ridwan, 2021). Jenkins (2006) mendefinisikan penggemar sebagai individu yang sedang mencari makna atas suatu produk budaya yang mereka sukai dimana pemaknaan tersebut adalah sebuah tindakan bebas yang melibatkan intelektual dan emosinya. Selanjutnya, Almaida dkk., (2021) mengatakan salah satu alasan individu menjadi penggemar K-pop selain memiliki suara, musik dan koreografi yang bagus, idola K-pop juga memiliki paras yang membuat mereka kagum dan jatuh hati sehingga hal ini membuat banyak masyarakat merasa terhibur dengan tingkah laku dan interaksi antar artis K-pop. Tak heran apabila para selebriti K-pop tersebut, baik aktor, penyanyi solo maupun grup memiliki banyak penggemar.

Penyebaran budaya Korea hampir 100% melalui media sosial, karena media sosial mudah diakses oleh seluruh masyarakat dan memiliki informasi mengenai dunia K-pop sehingga dapat dikatakan media sosial memiliki peran yang penting dalam menyebarkan budaya Korea (Wishandy dkk., 2019). Oleh karena itu, media sosial menjadi platform *online* yang sangat penting bagi penggemar K-pop dan dapat menyebabkan seorang penggemar K-pop lebih banyak menghabiskan waktunya dalam menelusuri media sosial. Kecintaan penggemar terhadap idolanya membuat setiap informasi terbaru tentang idola yang disebar di media sosial akan selalu dipantau kapan saja tanpa mengenal waktu sehingga penggemar K-pop rela menghabiskan waktu berjam-jam memantau media sosial untuk mencari tahu informasi mengenai idolanya (Khairil dkk., 2019).

Menurut Nasrullah (2015) media sosial merupakan suatu platform di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, berbagi, bekerja sama, berkomunikasi dengan pengguna lain dan membentuk ikatan sosial secara virtual. Menggunakan media sosial dapat memberikan kenyamanan bagi penggunanya tetapi ketika individu mengakses media sosial terlalu lama, hal ini dapat menjadi suatu permasalahan dan tidak adanya kontrol yang baik dapat mengakibatkan terjadinya adiksi media sosial terutama pada penggemar K-pop (Siregar & Rahayu, 2022; Thakkar, 2006). Şahin (2018) mendefinisikan adiksi media sosial merupakan suatu perilaku individu yang memusatkan perhatian pada media sosial dengan intensitas waktu penggunaan yang berlebihan. Berdasarkan pengertian tersebut dapat disimpulkan adiksi media sosial merupakan suatu perilaku yang dapat memunculkan permasalahan dalam kegiatan sehari-hari dan kurang terjalannya relasi sosial.

Fatimah (2021) mengatakan bahwa penggemar K-pop menilai hubungan sosial yang terjalin di lingkungan sekitarnya tidak dapat memahami dirinya dengan baik dikarenakan pandangan masyarakat disekitar menganggap penggemar kpop mencintai secara berlebihan kepada orang yang tidak mengenalnya atau disebut cinta satu arah. Masyarakat beranggapan penggemar K-pop hanya menyukai idol tanpa mau berhubungan dengan lawan jenis di kehidupan sosialnya. Hal ini membuat mereka tidak merasakan hubungan keakraban dan kedekatan dengan sekitarnya sehingga membuat mereka lebih banyak menghabiskan waktunya dalam berselancar di media sosial guna mencari informasi mengenai idola K-pop yang disukainya. Lebih lanjut Jamaludin *dkk.*, (2022) mengatakan bahwa individu menggunakan media sosial untuk mendapatkan hiburan ataupun informasi yang membahagiakan sehingga dapat mengurangi perasaan kesepian yang sedang dialami.

Terdapat beberapa faktor penyebab terjadinya kecanduan media sosial yang terdiri dari faktor gender, faktor psikologis, faktor sosial dan faktor biologis (Rahimaniar & Nuryono, 2021). Faktor sosial dapat mengakibatkan seseorang mengalami kecanduan dalam bermedia sosial. Hal ini disebabkan karena seseorang yang mempunyai masalah sosial dan sulit berkomunikasi secara interpersonal biasanya akan merasa kesepian. Kesepian yang dirasakan oleh seseorang disebabkan karena keadaan lingkungan yang tidak sesuai dengan keinginannya seperti dalam hubungan sosial.

Menurut Gierveld & Tilburg (2006) kesepian atau *loneliness* merupakan suatu perasaan tidak menyenangkan yang dialami individu berdasarkan pengalaman subjektif dimana jumlah hubungan yang ada dengan orang lain lebih kecil dari yang diharapkan atau kedekatan seseorang yang diharapkan tidak sesuai dengan kenyataan yang terjadi.

Hal ini mendukung pernyataan dari Russell (1996) yang mendefinisikan *loneliness* sebagai perasaan subjektif yang disebabkan oleh perubahan drastis dalam kehidupan sosial individu yang mana tidak adanya keekatan atau keintiman dalam suatu hubungan. Maka dapat dikatakan *loneliness* merupakan perasaan tidak menyenangkan yang dapat dialami individu dan dapat terjadi karena kurangnya hubungan sosial yang terjalin sehingga menyebabkan individu kehilangan keekatan dan keintiman dalam suatu hubungan.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Siregar dan Rahayu pada tahun 2022 terdapat adanya hubungan positif signifikan antara *loneliness* dengan kecenderungan adiksi media sosial pada mahasiswa. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Darmawan & Halimah (2021) yang menunjukkan adanya hubungan positif antara kesepian dengan adiksi media sosial Instagram pada *Emerging Adulthood* di masa pandemi.

Meskipun dalam penelitian sebelumnya sudah terdapat hubungan positif antara *loneliness* dan adiksi media sosial, akan tetapi untuk partisipan yang merupakan penggemar K-pop masih sulit ditemukan penelitian yang mengatakan adanya hubungan antara *loneliness* dengan adiksi media sosial. Maka dari itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kesepian dengan kecenderungan adiksi media sosial pada penggemar K-pop di Indonesia.

## METODE PENELITIAN

Pada Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan desain korelasional. Penelitian ini memiliki sebanyak 186 penggemar K-pop sebagai subjek penelitian yang merasakan kesepian sehingga cenderung mengalami adiksi media sosial. Penelitian ini menggunakan teknik sampling *non probability* dengan teknik *purposive sampling* dengan jumlah partisipan berdasarkan jumlah penggemar K-pop yang mengisi skala melalui kuesioner dari tanggal 05 oktober 2023 sampai dengan 25 oktober 2023. Peneliti menggunakan skala *University of California Los Angeles (UCLA) Loneliness Scale Version 3* oleh Russell (1996) untuk mengukur tingkat kesepian dan skala *Social Media Addiction Scale – Student Form: The Reliability and Validity Study* dari Sahin (2018) untuk mengukur tingkat kecenderungan adiksi media sosial. Analisis data digunakan menggunakan uji analisis statistik dan deskriptif dan uji asumsi yang terdiri dari uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov test* dan uji linieritas *One Way Anova*. Kemudian, uji hipotesis dilakukan dengan menguji korelasi menggunakan *Product moment* dari Karl Pearson.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian yang dilakukan secara kuantitatif dengan menggunakan (*UCLA Loneliness Scale version 3* dan *Social Media Addiction Scale – Student Form: The Reliability and Validity Study*) yang memiliki kriteria :

Tabel 4.1 Karakteristik Partisipan Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Perempuan	148	80%
2	Laki-laki	38	20%
		186	100%

Tabel 4.2 Karakteristik Partisipan Berdasarkan Fandom K-pop

No	Fandom K-pop	Jumlah	Persentase
1	<i>EXO-L (EXO)</i>	38	20%
2	<i>NCTZEN (NCT)</i>	23	12%
3	<i>BLINK (BLACKPINK)</i>	37	20%
4	<i>ARMY (BTS)</i>	30	16%
5	<i>ONCE (TWICE)</i>	5	3%
6	<i>MY (AESPA)</i>	3	2%
7	<i>CARAT (SEVENTEEN)</i>	10	5%
8	<i>REVELUV (RED VELVET)</i>	4	2%
9	<i>ENGENE (ENHYPEN)</i>	3	2%

10	Lainnya	33	18%
	Total	186	100%

Tabel 4.3 Durasi Waktu penggunaan Media Sosial

No	Durasi Waktu	Jumlah	Persentase
1	1 jam	6	3%
2	2 jam	16	9%
3	3 jam	29	16%
4	4 jam	29	16%
5	5 jam	64	34%
6	Lainnya	42	23%
	Total	186	100%

Tabel 4.4 Tabel Deskriptif

	N	Min.	Max.	Mean	Std. Deviaton
Kesepian	186	22	73	46	9.435
Kecenderungan adiksi media sosial	186	39	124	76	14.641

Tabel 4.5 Hasil uji Normalitas

	KS-Z	Sig.	Keterangan
Kesepian	0.068	0.034	Normal
Kecenderungan adiksi media sosial	0.084	0.004	Tidak normal

Tabel 4.6 kategorisasi Kesepian

No	Interval	Kategori	Mean	F	Persentase
	$55 \leq x \leq 73$	Tinggi		30	16%
	$36 \leq x \leq 55$	Sedang	46	134	72%

	$24 \leq x \leq 36$	Rendah		22	12%
	jumlah			186	100%
	SD = 9	Min = 22	Max = 73		

Tabel 4.7 Kategorisasi Kecenderungan adiksi media social

No	Interval	Kategori	Mean	F	Persentase
	$91 \leq x \leq 124$	Tinggi		24	13%
	$62 \leq x \leq 91$	Sedang	76	137	74%
	$43 \leq x \leq 62$	Rendah		25	13%
	Jumlah			186	100%
	SD = 15	Min = 39	Max = 124		

Hasil penelitian menyebutkan terdapat hubungan positif antara kesepian dengan kecenderungan adiksi media sosial pada penggemar K-pop diterima, dengan kata lain semakin tinggi tingkat kesepian maka semakin tinggi juga tingkat kecenderungan adiksi media sosial, sebaliknya semakin rendah tingkat kesepian yang dimiliki, maka semakin rendah adiksi media sosial pada penggemar K-pop. Berdasarkan hasil yang didapatkan, perasaan kesepian pada penggemar K-pop disebabkan karena kurang adanya kedekatan dengan lingkungan sosialnya, sehingga hal tersebut membuat penggemar K-pop lebih banyak menggunakan media sosial untuk mencari pertemanan di media sosial daripada mencari hubungan kedekatan dilingkungan sekitarnya.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Latief dan Retnowati (2018) yang menunjukkan adanya hubungan positif signifikan antara *loneliness* dengan kecenderungan adiksi media sosial pada mahasiswa. Dalam penelitian ini, didapatkan bahwa munculnya perasaan *loneliness* pada penggemar K-pop disebabkan karena kurang adanya kedekatan dengan lingkungan sosialnya, sehingga hal tersebut membuat penggemar K-pop lebih banyak menggunakan media sosial untuk mencari pertemanan di media sosial daripada mencari hubungan kedekatan dilingkungan sekitarnya.

Pernyataan ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Yuniarti & Agustina (2022) yang menyebutkan bahwa penggemar K-pop memiliki hubungan sosial yang

kurang baik sehingga membuat penggemar K-pop sering merasa kesepian. Beberapa dari penggemar K-pop mengakses media sosial untuk mengurangi perasaan bosan yang dialami. Penggemar K-pop yang mempunyai lingkungan sosial yang baik dan dapat beradaptasi dengan lingkungannya dapat mengurangi rasa kesepian yang dialami. Jadi, dengan adanya penerimaan diri dilingkungan sekitarnya hal ini bias mengurangi dampak buruk seperti kesepian.

Pada penelitian ini menunjukkan kesepian yang dialami para Penggemar K-pop beradapa pada kategori sedang, beberapa Penggemar K-pop dapat menghadapi situasi dengan baik dan ada juga yang memiliki kehidupan sosial yang di inginkan dan disenangi dalam lingkungan sekitarnya. Adapun sebagian dari penggemar K-pop yang memilih menghabiskan waktu mengakses media sosial daripada bersosialisasi dilingkungan sekitarnya. Penelitian dari Levy (2015) juga mengungkapkan bahwa penggemar K-pop kurang memiliki hubungan yang positif dengan lingkungan sekitarnya, mereka lebih suka membangun hubungan yang sesuai dengan keinginannya di media sosial.

Dikarenakan adanya perasaan kesepian yang dirasakan oleh para penggemar K-pop, membuat mereka mengakses media sosial dengan intensitas waktu yang dapat dikatan berlebihan setiap harinya. Hal ini didukung oleh hasil wawancara yang dilakukan pada beberapa penggemar K-pop yang menyatakan merasakan adanya perasaan kesepian dalam diri sehingga lebih memilih menghabiskan waktu berselancar dimedia sosial untuk mengisi waktu kesehariannya. Partisipan dalam penelitian ini merupakan penggemar K-pop yang mengakses media sosial lebih dari 3 jam sehari.

## SIMPULAN

Tedapat adanya hubungan yang signifikan terhadap kesepian dan kecenderungan adiksi media sosial pada penggemar K-pop. Semakin tinggi tingkat kesepian maka semakin tinggi tingkat kecenderungan adiksi media sosial yang dirasakan, begitupun sebaliknya makin rendah tingkat kesepian maka semakin rendah juga tingkat kecenderungan adiksi media sosial. Kesepian memberi sumbangan sebesar 72% terhadap kecenderungan adiksi media sosial yang dirasakan. Saat merasa kesepian hal ini memicu adanya kecenderungan mengakses media sosial secara berlebihan dengan durasi waktu lebih dari 5 jam sehari. Tingkat Kesepian sebagian besar partisipan berada pada kategori sedang dan kecenderungan adiksi media sosial sebagian besar partisipan penelitian juga berada pada kategori sedang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Almaida, R., Gumelar, S. A., & Laksmiwati, A. A. (2021). Dinamika psikologis fangirl k-pop. *Cognicia*, 9(1), 17–24. <https://doi.org/10.22219/cognicia.v9i1.15059>
- Darmawan. A. R & Halimah. L. (2021). Prosiding psikologi. Hubungan kesepian dengan adiksi media sosial instagram pada *emerging adult* dimasa pandemi. 7(2). 197-200. <http://dx.doi.org/10.29313/.v0i0.28271>
- Fatimah, N. (2021). Hubungan antara Loneliness dengan Perilaku Celebrity Worship Pada Remaja Komunitas Nctzens di Indonesia. *Doctoral Dissertation, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya*, 105(3), 129–133. <http://repository.untag-sby.ac.id/10541/>
- Gierveld, J. D. J., & Tilburg, T. Van. (2006). A 6-Item Scale for. *Research on Aging*, 28(5), 582–598.
- Jamaludin, Syarifah, A., & Karyadi. (2022). Edu Jurnal\_Pak Jamal. *Edu Jurnal*.
- Khairil, M., Yusaputra, M. I., & . N. (2019). Efek Ketergantungan Remaja K-Popers Terhadap Media Sosial di Kota Palu. *Jurnal ASPIKOM*, 4(1), 14. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v4i1.484>
- Nasrullah, R. 2015. Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Socioteknologi. Simbiosis Rekatama Media.
- Rahimaniar, I., & Nuryono, W. 2021. Studi kepustakaan tentang faktor penyebab dan penanganan kecanduan media sosial. *Jurnal BK UNESA*. 12(2):185–196.
- Ridwan, A. L. (2021). Hubungan antara fanatisme dengan agresi verbal pada anggota komunitas fans k-pop
- Russell, D. W. (1996). UCLA Loneliness Scale (Version 3): reliability, validity, and factor structure. *Journal of Personality Assessment*, 66(1), 20–40. [https://doi.org/10.1207/s15327752jpa6601\\_2](https://doi.org/10.1207/s15327752jpa6601_2)
- Şahin, C. (2018). Social Media Addiction Scale-Student Form: The Reliability and Validity Study. *Turkish Online Journal of Educational Technology*, 17, 169–182. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:55349505>
- Siregar, W. A., & Rahayu, M. N. M. (2022). Hubungan loneliness dengan kecenderungan social media addiction pada mahasiswa di masa pandemi covid-19. *Jurnal Psikodidaktika*, 7(Vol 7 No 2 (2022): Jurnal Psikodidaktika), 335–348. <https://journals.unihaz.ac.id/index.php/psikodidaktika/article/view/2953/1478>
- Thakkar, V. (2006). *Addiction*. New York: Infobase Publishing. Retrieved from <https://epdf.tips/queue/addiction-psychologicaldisorders.html#>.
- Wishandy, W., Loisa, R., & Utami, L. S. S. (2019). Fanatisme Penggemar K-Pop Melalui Media Sosial (Studi pada Akun Instagram Fanbase Boyband iKON). *Koneksi*, 3(1), 133. <https://doi.org/10.24912/kn.v3i1.6156>