



**HUBUNGAN ANTARA HUBUNGAN PARASOSIAL DENGAN  
MOTIF MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL PADA  
PENGGEAR K-POP GENERASI Z DI JABODETABEK**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana**

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

**HUMAIRA AZ ZAHRA**

**46120010030**

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI  
FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2024**

## HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Humaira Az Zahra

NIM : 46120010030

Program Studi : SI Psikologi

Judul Skripsi : Hubungan antara Hubungan Parasosial dengan Motif Menggunakan Media Sosial pada Penggemar K-pop Generasi Z di Jabodetabek.

Menyatakan bahwa Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 20 Agustus 2024



Humaira Az Zahra

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Humaira Az Zahra  
NIM : 46120010030  
Program Studi : Psikologi  
Judul Laporan Skripsi : Hubungan antara Hubungan Parasosial dengan Motif Menggunakan Media Sosial pada Penggemar K-pop Generasi Z di Jabodetabek

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata I pada Program Studi Psikologi, Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing : Dr. Istiqomah, M.Si. (  )  
NIDN : 0025117105

Ketua Penguji : Rizki Dawanti, M.Psi., Psikolog (  )  
NIDN : 0308098204


Penguji 1 : Dr. Indra Kusumah, M.Si. (  )  
NIDN : 0321078107


Jakarta, 13 Agustus 2024

Mengetahui,

Dekan Fakultas Psikologi

Ketua Program Studi Psikologi

  
Laila Meiliyandrie Indah Wardani, Ph.D.

  
Karisma Riskinanti, M.Psi., Psikolog

## KATA PENGANTAR

Segala puji kita panjatkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan hidayat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi dengan judul “Hubungan antara Hubungan Parasosial dengan Motif Menggunakan Media Sosial pada Penggemar K-pop Generasi Z di Jabodetabek” dengan baik. Penyusunan Skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi pada Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana. Dalam penulisan Skripsi ini, penulis menyadari bahwa penulis banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis tidak lupa mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Andi Andriansyah, M.Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Laila Meiliyandrie Indah Wardani, Ph.D selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Karisma Riskinanti, M.Psi., Psikolog selaku Ketua Program Studi Psikologi Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Dr. Istiqomah, M.Si selaku Dosen Pembimbing dan Dosen Pengampu Mata Kuliah Tugas Akhir yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan serta memberi masukan kepada penulis dalam proses penyusunan Skripsi.
5. Ibu Rizki Dawanti, M.Psi., Psikolog dan Bapak Dr. Indra Kusumah, M.Si selaku Dosen Penguji yang telah memberikan koreksi, arahan dan saran untuk perbaikan Skripsi.
6. Bapak Ahmad Naufalul Umam, M.Si selaku Dosen *Reviewer* yang telah meluangkan waktu dan memberikan masukan serta saran terkait penyusunan Skripsi.
7. Bapak dan Ibu dosen beserta seluruh staf Fakultas Psikologi yang telah memberikan ilmu selama perkuliahan di Universitas Mercu Buana.
8. Ibu Feri Fadiah, Kakak Fakhri Askita, Kakak Jasmine Aulia, Amanda Putri, Moza dan Lili atas dukungan penuh yang diberikan kepada penulis selama penyusunan Skripsi.

9. Alifiananda Andini selaku teman seperjuangan penulis yang telah berbagi keluh kesah dan saling menyemangati selama penyusunan Skripsi.
10. Dewi Rachmawati, Luthfiah Musyarrofah, Maya Fauziah, Berliana Anugraini, Alyssa Vanya dan rekan-rekan lainnya yang telah menemani dan menimba ilmu bersama selama perkuliahan di Universitas Mercu Buana.
11. Pihak-pihak lain yang telah memberi dukungan dan bantuan kepada penulis selama masa perkuliahan dan penyusunan Skripsi.

Penulis berharap hasil Skripsi ini dapat digunakan pembaca untuk memberikan masukan dan kritik yang membangun agar Skripsi ini dapat menambah pengetahuan serta manfaat bagi pembaca.



Jakarta, 1 Agustus 2024

Penulis

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Saya sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Humaira Az Zahra  
NIM : 46120010030  
Program Studi : S1 Psikologi  
Judul Skripsi : Hubungan antara Hubungan Parasosial dengan Motif Menggunakan Media Sosial pada Penggemar K-pop Generasi Z di Jabodetabek.

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 20 Agustus 2024  
Yang menyatakan,



Humaira Az Zahra



**HUBUNGAN ANTARA HUBUNGAN PARASOSIAL DENGAN MOTIF  
MENGUNAKAN MEDIA SOSIAL PADA PENGGEMAR K-POP  
GENERASI Z DI JABODETABEK**

Humaira Az Zahra  
46120010030  
Dr. Istiqomah, M.Si  
Fakultas Psikologi  
Universitas Mercu Buana

**ABSTRAK**

Setiap individu memiliki motif dalam berperilaku, demikian pula dalam penggunaan media sosial. Salah satu motif atau alasan individu dalam menggunakan media sosial adalah mencari hiburan. Hiburan yang disediakan di media sosial sangat beragam, pengguna media sosial dapat mencari hiburan dengan membuat unggahan seperti tulisan, foto atau video. Selain itu hiburan bisa datang dari unggahan pengguna lain, seperti melihat unggahan idola. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara hubungan parasosial dengan motif menggunakan media sosial pada penggemar K-pop generasi Z di Jabodetabek. Penelitian ini dilakukan pada 345 penggemar K-pop generasi Z. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik analisis data korelasional. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan *non-probability sampling* dengan teknik *accidental sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara hubungan parasosial dengan motif media sosial pada penggemar K-pop generasi Z di Jabodetabek. Hal ini berarti semakin tinggi hubungan parasosial maka semakin tinggi pula motif media sosial pada penggemar K-pop generasi Z di Jabodetabek.

**Kata Kunci:** *Motif Media Sosial, Hubungan Parasosial, Penggemar K-pop, Generasi Z*

***THE RELATIONSHIP BETWEEN PARASOCIAL RELATIONSHIP WITH  
MOTIVES FOR USING SOCIAL MEDIA AMONG K-POP FANS OF  
GENERATION Z IN JABODETABEK***

Humaira Az Zahra  
46120010030  
Dr. Istiqomah, M.Si  
Faculty of Psychology  
Mercu Buana University

**ABSTRACT**

*Every individual has a motive in behaving, as well as in using social media. One of the motives or reasons for individuals to use social media is to seek entertainment. The entertainment provided on social media is very diverse, social media users can seek entertainment by making uploads such as writing, photos or videos. In addition, entertainment can come from uploads from other users, such as seeing idol uploads. This study aims to determine whether there is a relationship between parasocial relationships with motives for using social media on Generation Z K-pop fans in Jabodetabek. This study was conducted on 345 Generation Z K-pop fans. This study used a quantitative method with correlational data analysis techniques. Sampling was carried out using non-probability sampling with accidental sampling techniques. The results of the study showed that there was a positive and significant relationship between parasocial relationships with social media motives on Generation Z K-pop fans in Jabodetabek. This means that the higher the parasocial relationship, the higher the social media motives on Generation Z K-pop fans in Jabodetabek.*

**Keywords:** *Social Media Motives, Parasocial Relationships, K-pop Fans, Generation Z*



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH vi	
ABSTRAK .....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	6
1.4.2 Manfaat Praktis .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>7</b>
2.1 Motif Media Sosial .....	7
2.1.1 Definisi Motif Media Sosial.....	7
2.1.2 Dimensi Motif Media Sosial .....	7
2.1.3 Motif Media Sosial.....	8
2.1.4 Jenis Penggunaan Media Sosial .....	9
2.2 Hubungan Parasosial.....	9
2.2.1 Definisi Hubungan Parasosial .....	9
2.2.2 Dimensi Hubungan Parasosial .....	10
2.3 Penggemar K-pop .....	11
2.4 Generasi Z.....	11
2.5 Penelitian Terdahulu.....	11
2.6 Dinamika Penelitian, Kerangka Berpikir dan Hipotesa Penelitian .....	16
2.6.1 Dinamika Penelitian .....	16

2.6.2	Kerangka Berpikir.....	18
2.6.3	Hipotesa Penelitian .....	18
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>19</b>
3.1	Desain Penelitian .....	19
3.2	Definisi Operasional .....	19
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian.....	19
3.3.1	Populasi Penelitian.....	19
3.3.2	Sampel Penelitian.....	20
3.4	Instrumen Penelitian .....	20
3.5	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	22
3.5.1	Uji Validitas.....	22
3.5.2	Uji Reliabilitas .....	22
3.6	Analisis Deskriptif .....	22
3.7	Uji Asumsi Klasik .....	23
3.7.1	Uji Normalitas.....	23
3.7.2	Uji Homogenitas .....	23
3.7.3	Uji Linearitas .....	23
3.8	Uji Hipotesis .....	24
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>25</b>
4.1	Gambaran Responden Penelitian .....	25
4.1.1	Data Responden .....	25
4.2	<i>Try Out</i> Alat Ukur .....	27
4.2.1	Hasil Uji Validitas <i>Try Out</i> Alat Ukur.....	27
4.2.2	Hasil Uji Reliabilitas <i>Try Out</i> Alat Ukur.....	29
4.3	Uji Kualitas Instrumen pada Uji Hipotesis .....	29
4.3.1	Hasil Uji Validitas .....	30
4.3.2	Hasil Uji Reliabilitas.....	30
4.4	Analisa Deskriptif.....	31
4.5	Kategorisasi Responden.....	31
4.5.1	Kategorisasi Hubungan Parasosial.....	31
4.5.2	Kategorisasi Motif Media Sosial.....	32
4.6	Analisa Data.....	33
4.6.1	Uji Normalitas.....	33
4.6.2	Uji Homogenitas .....	35
4.6.3	Uji Linearitas .....	36
4.7	Pengujian Hipotesis .....	37

4.7.1	Uji Korelasi .....	37
4.8	Uji Tambahan .....	38
4.8.1	Uji Korelasi antar Dimensi .....	38
4.8.2	Uji Beda .....	39
4.9	Pembahasan.....	40
<b>BAB V PENUTUP .....</b>		<b>47</b>
5.1	Kesimpulan .....	47
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	47
5.3	Saran .....	47
5.3.1	Saran Teoritis .....	47
5.3.2	Saran Praktis .....	48
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>49</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>53</b>



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
Tabel 3.1 G*Power versi 3.1.9.7.....	20
Tabel 3.2 <i>Blueprint</i> Alat Ukur Hubungan Parasosial.....	21
Tabel 3.3 <i>Blueprint</i> Alat Ukur Motif Media Sosial.....	21
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	25
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia.....	25
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Media Sosial.....	26
Tabel 4.4 Data Responden Berdasarkan Domisili.....	26
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas <i>Try Out</i> Alat Ukur Hubungan Parasosial.....	27
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas <i>Try Out</i> Alat Ukur Motif Media Sosial.....	28
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas <i>Try Out</i> Alat Ukur.....	29
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas.....	30
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas.....	30
Tabel 4.10 Distribusi Nilai Hipotetik dan Empirik.....	31
Tabel 4.11 Kategorisaasi Hipotetik Hubungan Parasosial.....	31
Tabel 4.12 Kategorisaasi Empirik Hubungan Parasosial.....	32
Tabel 4.13 Kategorisaasi Hipotetik Motif Media Sosial.....	32
Tabel 4.14 Kategorisasi Empirik Motif Media Sosial.....	33
Tabel 4.15 Homogenitas Berdasarkan Jenis Kelamin.....	35
Tabel 4.16 Homogenitas Berdasarkan Media Sosial.....	35
Tabel 4.17 Homogenitas Berdasarkan Domisi.....	35
Tabel 4.18 Homogenitas Berdasarkan Usia.....	36
Tabel 4.19 Linearitas.....	36
Tabel 4.20 Uji Korelasi Variabel Hubungan Parasosial dengan Motif Media Sosial.....	37
Tabel 4.21 Pedoman Memberikan Interpretasi Terhadap Koefisien.....	37
Tabel 4.22 Hasil Uji Korelasi antara Dimensi Hubungan Parasosial dengan Motif Media Sosial.....	38
Tabel 4.23 Hasil Uji Beda <i>Independent-Sampel T Test</i> pada Variabel Hubungan Parasosial.....	39
Tabel 4.24 Hasil Uji Beda <i>One-Way Anova</i> pada Variabel Hubungan Parasosial.....	39
Tabel 4.25 Hasil Uji Beda <i>Independent-Sampel T Test</i> pada Variabel Motif Media Sosial.....	40
Tabel 4.26 Hasil Uji Beda <i>One-Way Anova</i> pada Variabel Motif Media Sosial.....	40

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir .....	18
Gambar 4.1 Q-Q Plot dan Boxplot Variabel Hubungan Parasosial .....	34
Gambar 4.2 Q-Q Plot dan Boxplot Variabel Motif Media Sosial .....	34



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Expert Judgement .....	54
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	65
Lampiran 3 Uji Kualitas Instrumen (Try Out) .....	73
Lampiran 4 Uji Kualitas Instrumen (Uji Hipotesis).....	75
Lampiran 5 Analisis Deskriptif dan Kategorisasi .....	81
Lampiran 6 Gambaran Umum Responden.....	84
Lampiran 7 Uji Asumsi Klasik.....	85
Lampiran 8 Uji Hipotesis .....	88
Lampiran 9 Uji Tambahan.....	89

