

**FENOMENA HUBUNGAN PARASOSIAL PADA
ANGGOTA *FANBASE* “*SANDYOURS*” SANDY CLASH
OF CHAMPIONS
(STUDI PADA GENERASI Z)**

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai derajat sarjana Strata 1
(S1) Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh

**GAISYA PRA RAMADHANI
07031282126128**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2025**

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI
FENOMENA HUBUNGAN PARASOSIAL PADA ANGGOTA FANBASE
"SANDYOURS" SANDY CLASH OF CHAMPIONS
(STUDI PADA GENERASI Z)

Oleh :

GAISYA PRA RAMADHANI
07031282126128

Pembimbing I

Rindang Senja Andarini, S.I.Kom., M.I.Kom

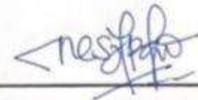
NIP 198802112019032011



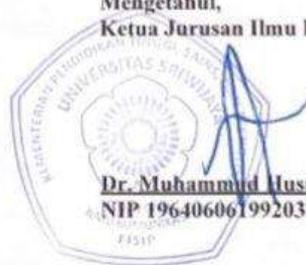
Pembimbing II

Annisa Rahmawati, S.I.Kom., M.I.Kom

NIP 199209292020122014



Mengetahui,
Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi



Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si
NIP 196406061992031001

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI
FENOMENA HUBUNGAN PARASOSIAL PADA ANGGOTA
FANBASE "SANDYOURS" SANDY CLASH OF CHAMPIONS
(STUDI PADA GENERASI Z)

SKRIPSI
Oleh

GAISYA PRA RAMADHANI
07031282126128

Telah dipertahankan di Depan Komisi Penguji
Pada tanggal 26 Juni 2025
Dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat

KOMISI PENGUJI

Adi Inggit Handoko, S.I.Kom., M.I.Kom.
NIP. 199808292024211001
Ketua



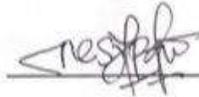
Oemar Madri Bafadhal, S.I.Kom., M.Si
NIP. 199208222018031001
Anggota



Rindang Senja Andarini, S.I.Kom., M.I.Kom.
NIP. 198802112019032011
Anggota



Annisa Rahmawati, S.I.Kom., M.I.Kom.
NIP. 199209292020122014
Anggota



Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si.
NIP. 196406061992031001



PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Gaisya Pra Ramadhani
Nim : 07031282126128
Tempat dan Tanggal Lahir : Sawahlunto, 24 Oktober 2003
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Fenomena Hubungan Parasosial pada Anggota
Fanbase "Sandyours" Sandy Clash of Champions
(Studi Pada Generasi Z)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Seluruh data, informasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya tulis ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengelolaan, serta pemikiran saya dengan pengarahan dari pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah hasil dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik dari Universitas Sriwijaya maupun di perguruan tinggi lainnya.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila dikemudian hari ditemukan bukti ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan karya ilmiah

Inderalaya, 20 Juni 2025

Yang membuat pernyataan,



Gaisya Pra Ramadhani

NIM. 07031282126128

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Dan Tuhanmu berfirman, “Berdoalah kepada-Ku, niscaya akan aku perkenankan bagimu”

-QS Ghaafir ayat 60-

“It’s not always easy, bur that’s life. Be strong because there are better days ahead”

-Mark Lee-

PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan kepada :

- ❖ *Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW, sebagai bentuk rasa syukur atas berkah dan kemudahan yang diberikan selama penulisan skripsi ini*
- ❖ *Kedua Orang tuaku tercinta, Saudara, dan seluruh keluarga besar yang tidak henti-hentinya memberikan dukungan dan semangat selama masa penulisan skripsi ini*
- ❖ *Diri sendiri yang telah berusaha dan menghadapi hal yang dianggap sulit sebelumnya tetapi dapat bertahan dan menyelesaikan perkuliahan ini di waktu yang tepat dengan nilai yang memuaskan*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah, serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul Fenomena Hubungan Parasosial Pada Anggota *Fanbase* “Sandyours” Sandy *Clash Of Champions* (Studi Pada Generasi Z). Shalawat beserta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, kepada keluarganya para sahabat, serta pengikutnya hingga akhir zaman. Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana pada Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.

Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis dengan senang hati menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Taufik Marwa, S.E., M.Si selaku Rektor Universitas Sriwijaya, yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk menempuh pendidikan di institusi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Alfitri, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
3. Bapak Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya, yang telah memberikan bimbingan akademik selama masa perkuliahan.
4. Ibu Rindang Senja Andarini, S.I.Kom., M.I.Kom selaku Pembimbing I yang selalu memberikan arahan, saran, dan motivasi selama penulis membuat skripsi.
5. Ibu Annisa Rahmawati, S.I.Kom., M.I.Kom selaku Pembimbing II dan Pembimbing yang selalu memberikan arahan, motivasi, semangat selama masa perkuliahan.
6. Seluruh Dosen beserta Staff Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya yang telah memberikan bantuan selama proses penyusunan skripsi.

7. Kedua orang tuaku tercinta Ayah (Benni Irawadi) dan Ibu (Rina Oktavia), Kakak ku (Gibran Raihan Ramadhan), Adik ku (Gessika Diva Aprilia) dan keluarga besar ku yang selalu memotivasi untuk terus berjuang menyelesaikan skripsi ini dan mendoakan penulis sehingga perjalanan dalam penulisan skripsi ini dimudahkan. Terimakasih atas segala dukungannya selama ini, baik dari dukungan moral dan finansial yang tidak henti-hentinya diberikan agar saya selalu semangat menyelesaikan pendidikan dan kuat menghadapi segala hambatan.
8. Teman-teman seperjuangan semasa perkuliahan ku yang kebersamaan perkuliahan penulis hingga selesai (Yovita, Amanda, Zikry, Renaldo, Ikrom, Bozyar) terimakasih atas segala bantuannya saat masa aktif perkuliahan hingga saat penulisan skripsi ini serta menjadi alasan penulis untuk lebih bersemangat dalam perkuliahan, waktu dan kesempatan yang diberikan untuk saling berbagi cerita dan pengalaman yang tidak terlupakan.
9. Teman-teman sekolah ku tersayang (Diah, Tiara, Sultan, Arinca, Inaya, Tira, Fadila) yang selalu memberikan dukungan dan semangat, sebagai tempat berbagi cerita yang selalu bersedia mendengarkan walaupun terpisah oleh jarak tetapi selalu saling menguatkan satu sama lain.
10. Kepada diri sendiri yang sudah bertahan sejauh ini walaupun perjalanannya tidak mudah tetapi sudah memilih untuk terus melangkah dan menyelesaikan apa yang harus diselesaikan, semoga setelah ini diberikan jalan yang diharapkan dan didoakan
11. Dan teman-teman serta pihak lain yang tidak bisa disebutkan satu per Satu

Demikianlah ucapan dari penulis, kiranya pembaca dapat memberikan saran dan kritik. Dengan segala kekurangan yang dimiliki, saya ucapkan terimakasih dan semoga tulisan ini bermanfaat bagi kita semua.

Indralaya, Juli 2025

Gaisya Pra Ramadhan

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.1.1 Antusiasme Penonton dan Popularitas Sandy Clash of Champions.....	7
1.1.2 Fanbase “Sandyours” Yang Aktif Dalam Melakukan Fan Project	8
1.1.3 Munculnya Perasaan Kedekatan Emosional Antara Anggota Fanbase Dan Sandy	10
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	14
1.4.1 Manfaat Teoritis	14
1.4.2 Manfaat Praktis.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Landasan Konseptual.....	15
2.1.1 Hubungan Parasosial	15
2.1.2 Fanbase	19
2.1.3 Media Sosial dan Komunitas Virtual.....	22
2.2 Kerangka Teori	25
2.3 Kerangka Pemikiran	27
2.4 Penelitian Terdahulu	27
BAB III METODE PENELITIAN	32

3.1 Desain Penelitian	32
3.2 Definisi Konsep	33
3.3 Fokus Penelitian	35
3.4 Unit Analisis	37
3.5 Kriteria informan	38
3.5.1 Key Informant.....	38
3.6 Sumber Data	38
3.7 Teknik Pengumpulan Data	39
3.7.1 Observasi	39
3.7.2 Wawancara Mendalam (In-Depth Interview)	40
3.7.3 Dokumentasi.....	40
3.8 Teknik Keabsahan Data	40
BAB IV GAMBARAN UMUM PENELITIAN	44
4.1 Clash of Champions.....	44
4.2 Profil Sandy Clash of Champions.....	46
4.3 Profil Fanbase Sandyoours	47
4.4 Profil Informan	49
4.4.1 Informan Utama.....	49
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	53
5.1 Hasil dan Pembahasan	53
5.1.1 Entertainment-Social	54
5.1.1.1 Sandy Sebagai Hiburan Personal.....	55
5.1.1.2 Sandy Sebagai Topik Sosial.....	57
5.1.2 Intense-Personal.....	60
5.1.2.1 Ikatan Emosional Mendalam	61
5.1.2.2 Sandy sebagai Sumber Dukungan dan Motivasi	62
5.1.2.3 Sandy sebagai Role Model Perilaku dan Sikap	66
5.1.2.4 Dorongan untuk Beprestasi sebagai Upaya Menata Ulang Tujuan Hidup.....	68
5.1.2.5 Perubahan Pola Hidup melalui Keseimbangan Aktivitas	69
5.1.3 Borderline-Pathological	70
5.1.3.1 Keyakinan Akan Kedekatan Khusus	71

5.1.3.2	Pelampiasan Emosi dan Ilusi Kedekatan melalui Media Sosial..	72
5.1.4	Transformasi Hubungan Parasosial menjadi Interaksi Timbal Balik.	74
5.1.4.1	Ketika Sandy Merespons dengan Tindakan Nyata	74
5.1.4.2	Media Sosial dan Perkembangan Hubungan Parasosial ke Hubungan Dua Arah	77
5.1.5	Identifikasi Kolektif melalui Aksi Komunitas Sandyour's	83
BAB VI	KESIMPULAN DAN SARAN	87
6.1	Kesimpulan	87
6.2	Saran	88
6.2.1	Saran Teoritis	88
6.2.2	Saran Praktis	89
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN	96

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	28
Tabel 3.1 Fokus Penelitian.....	36

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Screen Time Gen Z Indonesia dalam Menggunakan Media Sosial dalam Sehari	2
Gambar 1. 2 Data Mayoritas Gen Z lakukan ketika online	3
Gambar 1. 3 Jumlah Penonton Clash of Champions dan Trending Twitter	4
Gambar 1. 4 Current Top 6 Most Favorite of The Week Clash of Champions	8
Gambar 1. 5 Beberapa Fan Project "Sandyours"	9
Gambar 1. 6 Unggahan Keseharian Sandy di Channel WhatsApp	10
Gambar 1. 7 Ungkapan Emosional Seorang Penggemar untuk Sandy	11
Gambar 5. 1 Dokumentasi Cuplikan fan edit saat Sandy bersikap lucu.....	56
Gambar 5. 2 Space Twitter Sandyours	58
Gambar 5. 3 Ungkapan Emosional Penggemar untuk Sandy	63
Gambar 5. 4 Ucapan Terimakasih penggemar.....	65
Gambar 5. 5 Tweet Penggemar untuk Sandy	76
Gambar 5. 6 Tanggapan Sandy kepada Unggahan Penggemar	77
Gambar 5. 7 Interaksi Langsung Penggemar dengan Sandy melalui DM	79
Gambar 5. 8 Respons Sandy terhadap pertanyaan penggemar di Channel WhatsAppnya	80
Gambar 5. 9 Sandy Membalas Mention dan Komentar Penggemarnya.....	81
Gambar 5. 10 Respons dari Sandy terhadap proyek penggemar.....	82
Gambar 5. 11 Proyek Sandy2Decades.....	83
Gambar 5. 12 Dokumentasi Pelaksanaan Birthday Cafe Event	84

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Dokumentasi Wawancara Informan DH.....	96
Lampiran 2 Dokumentasi Wawancara Informan SH.....	96
Lampiran 3 Dokumentasi Wawancara Informan MS.....	96
Lampiran 4 Dokumentasi Wawancara Informan DR.....	97
Lampiran 5 Pertanyaan Wawancara.....	98
Lampiran 6 Transkrip Wawancara.....	100
Lampiran 7 Hasil Plagiarisme.....	117

ABSTRAK

Transformasi media digital mendorong Generasi Z membangun hubungan parasosial dengan tokoh media, seperti Sandy *Clash of Champions*. Penelitian ini membahas mengenai Fenomena hubungan parasosial pada anggota *Fanbase* Sandys terhadap Sandy, peserta program *Clash of Champions* yang populer di kalangan Generasi Z. Penelitian menggunakan teori Giles & Maltby yang mencakup *entertainment social*, *intense personal*, dan *borderline pathological* melalui wawancara mendalam dengan informan terpilih dengan metode deskriptif kualitatif. Menghasilkan bahwa hubungan parasosial yang terbentuk yaitu: (1) dimensi *entertainment social*, Sandy menjadi sumber hiburan sekaligus bahan diskusi ruang sosial digital, (2) dimensi *intense personal*, hubungan emosional dan identifikasi mendalam terlihat dari loyalitas *Fanbase* dan proyek dan konten dukungan (3) dimensi *borderline pathological* sebagian menunjukkan ketergantungan emosional dan persepsi hubungan yang delusional terhadap Sandy tetapi belum mengarah ke taraf mengkhawatirkan. Penelitian ini juga menemukan adanya dua aspek penting: (4) transformasi hubungan parasosial menjadi interaksi timbal balik, melalui balasan langsung Sandy kepada penggemar di media sosial, dan (5) identifikasi kolektif melalui aksi komunitas sandys, seperti fan project dan kegiatan sosial. Temuan ini menunjukkan bahwa hubungan parasosial tidak hanya membentuk ikatan emosional individu terhadap tokoh media, tetapi juga memicu keterlibatan kolektif dalam komunitas virtual.

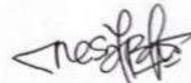
Kata Kunci : Hubungan Parasosial, Sandys, *Fanbase*, Generasi Z

Dosen Pembimbing I



Rindang Senja Andarini, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP 198802112019032011

Dosen Pembimbing II



Annisa Rahmawati, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP 199209292020122014



ABSTRACT

The transformation of digital media has encouraged Generation Z to build parasocial relationships with media personalities, such as Sandy Clash of Champions. This study discusses the phenomenon of parasocial relationships in Sandyour's Fanpage members towards Sandy, a participant in the Clash of Champions program popular among Generation Z. The research uses Giles & Maltby's theory which includes social entertainment, intense personal, and borderline pathological through in-depth interviews with selected informants with qualitative descriptive methods. The results show that the parasocial relationships formed are: (1) the entertainment social dimension, Sandy becomes a source of entertainment as well as discussion material in digital social spaces, (2) the intense personal dimension, emotional connection and deep identification seen from Fanpage loyalty and support projects and content (3) the borderline pathological dimension partly shows emotional dependence and delusional relationship perceptions towards Sandy but has not yet led to alarming levels. This study also found two important aspects: (4) the transformation of parasocial relationships into reciprocal interactions, through Sandy's direct replies to fans on social media, and (5) collective identification through sandyour's community actions, such as fan projects and social activities. These findings suggest that parasocial relationships not only form individual emotional bonds to media personalities, but also trigger collective involvement in virtual communities.

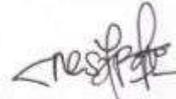
Keywords: *Parasocial Relationships, Sandyour's, Fanpage, Generation Z*

Advisor I



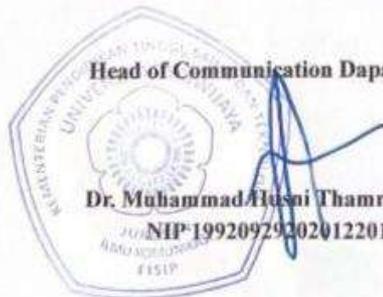
Rindang Senja Andarini, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP 198802112019032011

Advisor II



Annisa Rahmawati, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP 199209292020122014

Head of Communication Department



Dr. Muhammad Alusni Thamrin, M.Si
NIP 199209292020122014

BAB I

PENDAHULUAN

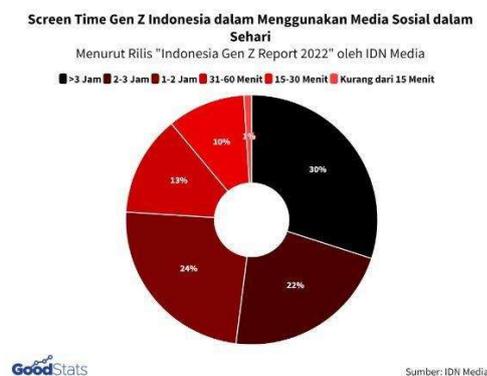
1.1 Latar Belakang

Transformasi dan kemajuan media digital telah mengubah cara masyarakat dalam berinteraksi dengan tokoh-tokoh media dan selebriti, khususnya pada kalangan gen z yang lahir dan bertumbuh dengan kemajuan teknologi dan media digital. Dalam hal ini, menjadi perubahan dalam interaksi antar individu, didukung dengan adanya media sosial individu maupun kelompok dapat melakukan interaksi tanpa bertatap muka secara langsung. Interaksi yang dilakukan dapat menimbulkan perasaan kedekatan secara emosional meskipun berada di tempat yang jauh, ataupun kita dapat mengetahui seseorang yang tidak kita ketahui seperti tokoh media yang tidak mengetahui keberadaan penonton, media sosial sebagai bentuk kemajuan teknologi membantu kita untuk mengetahuinya.

Salah satu fenomena yang muncul akibat transformasi ini adalah terbentuknya hubungan parasosial. Konsep hubungan parasosial adalah istilah yang berasal dari Horton dan Wohl yang menggambarkan cara yang tidak berbalas dimana audiens berinteraksi dengan tokoh-tokoh media. Hubungan parasosial menjelaskan hubungan dan interaksi sosial yang kita bayangkan dengan orang-orang yang jauh dari kita dan tidak membalas komunikasi atau ketertarikan kita (Stever, 2017). Horton dan Wohl menganggap bahwa interaksi parasosial adalah pengalaman ilusi di mana penonton merasa berinteraksi dengan tokoh publik, meskipun sebenarnya tidak ada hubungan timbal balik (Hartmann & Goldhoorn, 2011). Hubungan parasosial muncul ketika penggemar merasakan adanya feedback

dari idolanya melalui kontak media yang rutin, sehingga tercipta perasaan kedekatan (Sysca & Dwivayani, 2024).

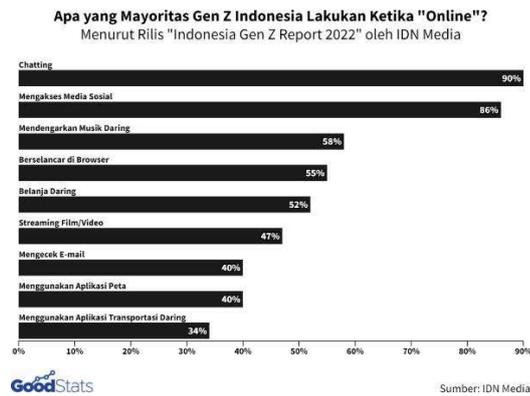
Generasi Z (generasi yang lahir pada tahun 1997-2012) memiliki kebiasaan mengonsumsi konten media secara intensif sehingga memungkinkan terjadinya hubungan emosional dengan tokoh-tokoh yang mereka lihat secara konsisten. Hal ini didukung dengan adanya riset dari IDN Research yang bekerja sama dengan Populix yang berjudul “Indonesia Gen Z Report 2022” yang menunjukkan bahwa mayoritas Gen Z mengakses media sosial lebih dari tiga jam sehari.



Gambar 1. 1 Data Screen Time Gen Z Indonesia dalam Menggunakan Media Sosial dalam Sehari

Sumber: IDN Media

Persentase Gen Z yang mengakses media sosial pada waktu tersebut sebanyak 30 persen menggunakan media sosial lebih dari 3 jam sehari. Sementara itu, terdapat 22 % Gen Z yang menggunakan media sosial dua hingga tiga jam per harinya. Gen Z yang menggunakan media sosial dengan presentase 24 % dengan durasi satu hingga dua jam per harinya, dan 13 % gen z yang menggunakan media sosial dengan durasi 30 menit hingga satu jam per harinya. Kemudian, hanya 1 % gen z yang menggunakan media sosial kurang dari 15 menit per harinya.



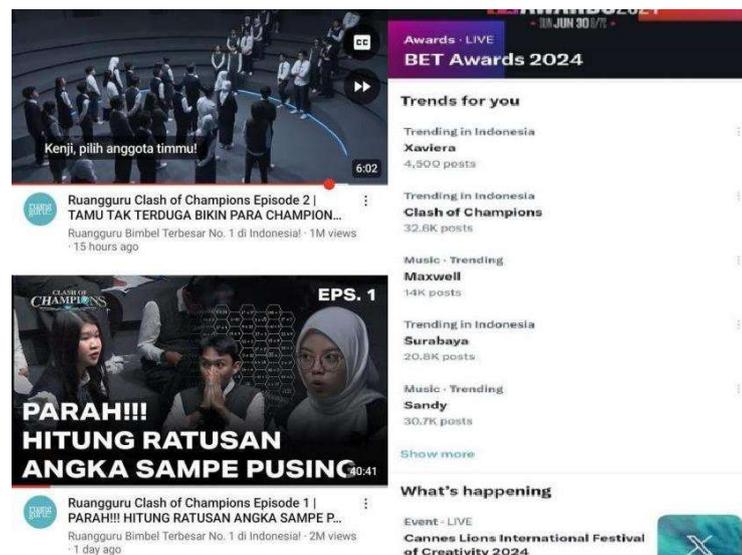
Gambar 1. 2 Data Mayoritas Gen Z lakukan ketika online

Sumber : IDN Media

Berdasarkan riset yang telah dilakukan oleh IDN Media mengatakan bahwa aktivitas gen z dalam menggunakan media sosial berada diposisi ke dua dengan presentase 86 % dan Streaming Film/Video dengan persentase 47% dalam mayoritas aktivitas yang biasa dilakukan Gen Z di Indonesia (IDN Media, 2024). Generasi yang tumbuh di era digital dengan intensitas konsumsi media tinggi, gen z cenderung mudah membentuk hubungan emosional dengan tokoh media melalui interaksi yang konsisten. Gen Z sering terlibat dalam konsumsi media melalui platform media sosial yang dapat mengembangkan hubungan parasosial yang kuat dengan selebriti atau tokoh media melalui komunikasi satu arah yang interaktif. Interaksi dan cerita yang tidak ditemukan di media arus utama dapat memperkuat hubungan dan menciptakan persahabatan yang dirasakan dan kedekatan emosional dengan tokoh media (Chung & Cho, 2017)

Salah satu contoh yang relevan untuk fenomena ini adalah program *Clash of Champions*, sebuah *game show* edukasi yang diselenggarakan oleh Ruangguru. Program ini berhasil menarik antusiasme yang tinggi dari masyarakat Indonesia. Konsep kompetisi akademik yang dikemas secara interaktif menjadikan program ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana edukasi tetapi juga sebagai sarana hiburan

bagi penonton. Kehadiran program *Clash of Champions* menjadi sebuah program hiburan yang menayangkan sebuah program yang berbeda pada industri hiburan Indonesia karena mengemas sebuah kompetisi dengan sisi edukasi yang menginspirasi kaum muda untuk berprestasi dan berpikir kritis, selain itu juga menyajikan kompetisi yang ketat namun juga menunjukkan momen-momen kebersamaan dan kerjasama antar peserta.



Gambar 1. 3 Jumlah Penonton *Clash of Champions* dan Trending Twitter

Sumber: Channel Youtube Ruangguru dan Twitter

Pada gambar di atas menunjukkan antusiasme yang tinggi dari masyarakat Indonesia dalam menonton episode pertama, terlihat dari jumlah penonton yang mencapai dua juta penonton dalam sehari setelah penayangan episode pertama dan menembus angka 1 juta penonton dalam waktu kurang dari 24 jam. Pencapaian ini menunjukkan tingginya antusiasme atau minat publik terhadap *Clash of Champions* yang menghadirkan tantangan akademis dengan format yang menarik dan menghibur. Tidak hanya itu, program *Clash of Champions* menunjukkan popularitas

yang luar biasa di kalangan masyarakat, terlihat dari dominasi program dan beberapa peserta yang *trending* di Twitter setelah program ini ditayangkan.

Acara ini ditayangkan di media sosial dimana media sosial merupakan media yang sangat populer dan familiar di kalangan anak muda, terutama generasi z. didukung juga dengan Data statistik pada tahun 2024 dimana mayoritas pengguna media sosial di Indonesia merupakan individu yang berusia 18-34 tahun. Para peserta dari acara ini juga sebagian besar merupakan generasi z. yang menunjukkan adanya keselarasan antara pengguna media sosial dan peserta acara *Clash of Champions*. Para peserta berhasil menarik perhatian generasi z karena mereka berasal dari universitas ternama dan memiliki kecerdasan di atas rata-rata dengan IPK yang sangat tinggi. Hal ini mengundang kekaguman banyakan orang, sehingga mereka pun memiliki banyak penggemar.

Salah satu peserta yang menonjol adalah Sandy Kristian Waluyo peserta yang berasal dari *National University of Singapore* angkatan 2023 yang berhasil menjadi top 3 peserta terfavorit selama 5 minggu berturut turut karena pribadinya yang unik dan menonjol sejak di episode pertama dengan performanya yang luar biasa dan terpilih menjadi ketua tim yang berhasil mengalahkan tim lawan di episode 3 dan 4 *Clash of Champions*. Sandy merupakan peserta yang memiliki *image* mahasiswa yang jenius karena mendapatkan ipk sempurna 5.00 di jurusannya yaitu *Computer Science and Mathematics*.

Gejala hubungan parasosial juga muncul di kalangan yang tergabung dalam suatu komunitas tertentu, salah satunya komunitas *fans* yang bisa disebut sebagai *Fanbase*. *Fanbase* adalah sebuah kelompok penggemar yang berdasarkan kepentingan dan minat yang sama terhadap suatu hal yang membentuk sebuah

komunitas jaringan sosial. *Fanbase* seringkali menciptakan budayanya sendiri yang ditunjukkan melalui aktivitas dan bahasa yang mereka gunakan (Nicho & Ainia, 2023).

Fanbase Sandyours merupakan contoh wujud dukungan terhadap peserta Clash of Champions yaitu Sandy Kristian Waluyo. *Fanbase* ini berkembang di banyak platform media sosial seperti Twitter, Instagram, dan grup obrolan online. Para anggotanya secara aktif berinteraksi satu sama lain melalui komentar. Pesan langsung, dan unggahan yang khusus didedikasikan untuk Sandy. Aktivitas ini tidak hanya memperkuat dukungan terhadap idolanya, tetapi juga mempererat hubungan diantara anggota *Fanbase*. Mereka sering membagikan informasi terbaru, dan *fan project* yang diselenggarakan secara langsung maupun virtual. Aktivitas-aktivitas ini merupakan sebuah upaya untuk memperkuat dukungan terhadap idolanya dan mempererat hubungan di antara anggota *Fanbase*.

Fanbase Sandyours memiliki keunikan dibandingkan *Fanbase* peserta Clash of Champions lainnya, termasuk *Fanbase* Shakira sebagai pemenang. *Sandyours* dikenal karena loyalitasnya yang kuat, terbukti dengan Sandy yang konsisten berada di Top 3 'Most Favorite of The Week' selama lima minggu berturut-turut. Selain itu, mereka aktif mengadakan kegiatan sosial, penggalangan dana, serta pembuatan *fan art* dan konten kreatif. Berbeda dengan *Fanbase* Shakira lebih berfokus pada prestasi sebagai pemenang kompetisi, *Sandyours* membangun komunitas yang erat dengan keterikatan emosional yang kuat terhadap Sandy. Didominasi oleh Generasi Z, mereka aktif di media sosial dan menjadikan dukungan terhadap Sandy sebagai bagian dari identitas mereka. Kepribadian *humble*, autentik dan *relatable* sehingga penggemar merasa lebih dekat dengannya

menjadikan *Fanbase Sandyouurs* lebih dari sekedar *Fanbase* melainkan komunitas yang berdampak positif bagi anggotanya. Keunikan inilah yang membuat *Sandyouurs* menonjol dibandingkan *Fanbase* lainnya.

Oleh karena itu, peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian terkait fenomena hubungan parasosial pada anggota *Fanbase* “*Sandyouurs*” *Clash of Champions*. Adapun beberapa hal mendasari peneliti dalam memilih *Fanbase* “*Sandyouurs*” *Sandy Clash of Champions* yaitu:

1.1.1 Antusiasme Penonton dan Popularitas Sandy Clash of Champions

Suksesnya Program *Clash of Champions* dalam menarik antusiasme masyarakat tidak hanya sukses sebagai tayangan edukasi yang dapat meningkatkan motivasi dan semangat untuk produktif belajar, tetapi juga performa dan karisma yang menonjol di setiap epsiodenya memberikan kesempatan bagi peserta bagi Sandy Kristian Waluyo untuk menarik perhatian dan membangun kelompok penggemar yang loyal. Daya tarik Sandy sebagai salah satu peserta menarik dukungan besar dari penggemar dengan secara konsisten berada dalam jajaran *Current Top 6 Most Favorite of the Week* di program *Clash of Champions*, menunjukkan daya tarik dan performa yang membuat penonton terkesan dan memilih Sandy sebagai peserta favorit.



Gambar 1. 4 *Current Top 6 Most Favorite of The Week Clash of Champions*

Sumber: Instagram @ruangguru

Pada gambar di atas memperlihatkan popularitas yang konsisten di kalangan penonton dan besarnya dukungan dari para penggemar dimana tidak hanya sekedar masuk dalam daftar peserta favorit, tetapi juga dapat mempertahankan posisinya di tiga besar selama lima minggu berturut turut dari tanggal 29 Juni 2024 hingga 1 Agustus 2024 selama penayangan program. Keberhasilan Sandy mempertahankan posisi favorit ini menunjukkan betapa kuatnya keterikatan emosional yang dirasakan penonton, sehingga menjadikannya salah satu *rising star* yang paling dikenal dan didukung dalam program *Clash of Champions*. Fenomena ini menunjukkan bahwa selain kemampuan akademisnya, kepribadian dan daya tarik Sandy berhasil membuatnya memiliki tempat istimewa di hati para penonton.

1.1.2 Fanbase “Sandyours” Yang Aktif Dalam Melakukan Fan Project

Hubungan parasosial yang terjalin antara Sandy dan *Fanbase “Sandyours”* terlihat dari berbagai aktivitas sosial yang mereka lakukan. Keterikatan emosional yang dirasakan oleh penggemar terhadap Sandy membentuk hubungan parasosial, sehingga mereka merasakan ikatan personal meskipun tanpa interaksi secara

langsung. Hal ini dapat dilihat dari kegiatan *Fanbase* yang secara aktif melakukan berbagai kegiatan dan proyek sosial yang dilakukan untuk mendukung Sandy. Aktivitas ini bukan hanya dapat memperkuat dukungan mereka, tetapi juga upaya untuk mempererat hubungan antara para anggota *Sandyours*, yang memiliki persamaan tujuan yaitu untuk berbagi rasa kagum dan inspirasi yang diperoleh dari Sandy.



Gambar 1. 5 Beberapa *Fan Project* "Sandyours"

Sumber: Twitter @sandybb155

Melalui berbagai *Fan Project* yang mereka dedikasikan untuk Sandy seperti kegiatan donasi sosial, jumat berkah, *100 days* Sandy dan kegiatan lainnya menunjukkan bahwa dukungan yang mereka lakukan untuk Sandy bukan hanya sekedar tontonan, tetapi berkembang menjadi suatu dorongan nyata yang memotivasi tindakan kolektif, seperti proyek sosial atau acara khusus yang semakin memperkuat komunitas mereka sebagai *Fanbase*.

1.1.3 Munculnya Perasaan Kedekatan Emosional Antara Anggota Fanbase Dan Sandy

Pendekatan komunikasi interpersonal yang terus-menerus diberikan oleh idola kepada penggemar dapat menciptakan rasa kedekatan emosional bagi penggemarnya. Melalui seringnya idola dalam mengunggah aktivitas mereka di media sosial, hal ini yang menyebabkan komunikasi yang terjalin antara penggemar dan idolnya terasa seperti komunikasi interpersonal. Unggahan pada media sosial yang di unggah oleh idola menjadikan fans ada di manameraasa mengetahui apa yang dilakukan, sedang berada di mana, mengetahui siapa teman dan orang terdekatnya (Sagita and Kadewardana 2017).

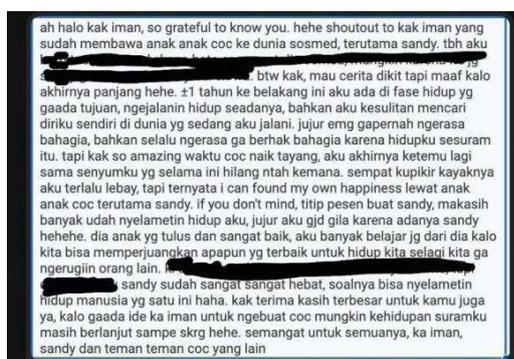
Perasaan kedekatan emosional antara anggota *Fanbase* Sandyours dan Sandy Kristian Waluyo muncul dari hasil keterlibatan intens yang terbentuk melalui interaksi aktif melalui sejumlah aktivitas digital di platform seperti *Channel* WhatsApp, Instagram, Twitter dan sering membagikan unggahan berupa *vlog* dan kegiatan keseharian Sandy.



Gambar 1. 6 Unggahan Keseharian Sandy di *Channel* WhatsApp

Sumber : Dokumentasi Pribadi

Melalui *Channel* WhatsApp, Sandy selalu berbagi informasi dan aktivitas yang ia lakukan setiap harinya, *Fanbase* seringkali berbagi informasi terbaru mengenai aktivitas Sandy, sehingga memperkuat rasa keterhubungan dan kebersamaan dalam komunitas. Unggahan yang dibagikan secara *real-time* sehingga membuat penggemar seolah terbawa lebih dekat dengan keseharian Sandy, menciptakan sebuah kesan keakraban yang membentuk perasaan kedekatan emosional dalam hubungan parasosial. Melalui unggahan di media sosial Sandy menuliskan perasaan dan ungkapan pribadi yang ingin diutarakan. Hal inilah yang membuat penggemar merasa dekat dan tidak hanya merasa sebagai penonton, tetapi juga bagian dari perjalanan Sandy yang membuat kedekatan emosional semakin kuat dan tetap terjalin dari waktu ke waktu.



Gambar 1. 7 Ungkapan Emosional Seorang Penggemar untuk Sandy

Sumber: Channel WhatsApp "Sandyours Bubble"

Gambar di atas merupakan salah satu contoh penggemar yang merasakan keterikatan emosional dengan Sandy, seperti pada kalimat "*jujur aku gak jadi gila karena adanya sandy hehehe*" dan "*dia anak yang tulus dan sangat baik, aku banyak belajar jg dari dia.*" yang memperlihatkan bahawa kehadiran Sandy memiliki dampak positif bagi kesehatan mental dan menjadi inspirasi hidup. Sandy dianggap sebagai sosok yang tulus dan sangat baik, menunjukkan hubungan

penggemar yang mengenal sosok Sandy. Kemudian, pada kalimat “*Sandy sudah sangat sangat hebat, soalnya bisa nyelamatin hidup manusia yang satu ini haha.*”

Menunjukkan bahwa penulis menganggap Sandy sebagai sosok yang menyelamatkan hidupnya, yang menunjukkan bahwa hubungan parasosial yang terjalin telah membuat Sandy lebih dari sekedar idola, melainkan sumber dukungan emosionalnya. Interaksi satu arah yang menciptakan hubungan parasosial yang intens, yang membuat penggemar merasa memiliki kedekatan personal dengan Sandy meski tanpa komunikasi langsung.

Dalam penelitian sebelumnya banyak yang membahas mengenai hubungan parasosial antara penonton dengan tokoh publik, terutama pada kalangan selebritas seperti aktor atau musisi. Seperti pada penelitian Wa Ode Sumirna, Dkk yang berjudul “*Hubungan Parasosial Antara Fangirl dan Selebriti K-pop*” membahas mengenai bagaimana hubungan parasosial antara fangirl dan selebriti K-Pop yang ada di Kota Bau-Bau Sulawesi Tenggara. Dalam beberapa tahun terakhir, fenomena ini mulai berkembang pada tokoh publik di media digital dan konten realitas seperti program kompetisi atau *reality show*. Seperti pada penelitian Putri Hidayani yang berjudul “*Komodifikasi Impian Dalam Program Televisi Girls Planet 999 : The Girls Saga*” membahas bagaimana bentuk komodifikasi yang terjadi dalam program Girls Planet 999 melibatkan transformasi peserta menjadi produk yang memiliki nilai jual, di mana popularitas mereka dimanfaatkan oleh stasiun televisi dan produser untuk menarik penonton dan meningkatkan pendapatan, serta teori interaksi parasosial untuk mengetahui bagaimana tahapan hubungan parasosial yang terbentuk akibat komodifikasi yang terjadi. Meskipun penelitian tentang hubungan parasosial telah dilakukan di berbagai jenis media dan tokoh publik,

tetapi penelitian spesifik mengenai interaksi antara Gen z dengan peserta *game show* edukasi seperti *Clash of Champions* masih sangat terbatas. Penelitian yang secara mendalam mengeksplorasi dampak interaksi parasosial pada *Fanbase* yang intens seperti “Sandyours” masih belum ada, dimana anggotanya mengaku mengalami perubahan dalam kehidupan sehari-hari setelah mengikuti perkembangan Sandy. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah tersebut dengan mengeksplorasi fenomena hubungan parasosial pada anggota *Fanbase* “Sandyours” dan melihat bagaimana hubungan ini dapat mempengaruhi kehidupan pribadi mereka.

Oleh karena itu, penelitian ini digunakan guna memahami dan melihat fenomena bagaimana hubungan parasosial terbentuk pada anggota *Fanbase* Sandyours Sandy *Clash of Champions* terkhusus pada generasi Z, melihat bagaimana dampak emosional dari interaksi satu arah dengan judul “**Fenomena Hubungan Parasosial Pada Anggota *Fanbase* “Sandyours” Sandy *Clash of Champions* (Studi Pada Generasi Z)**”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana Fenomena Hubungan Parasosial Pada Anggota *Fanbase* “Sandyours” Sandy *Clash Of Champions* (Studi pada Generasi Z)?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui Bagaimana Fenomena Hubungan Parasosial Pada Anggota *Fanbase* “Sandyours” Sandy *Clash Of Champions* (Studi Pada Generasi Z).

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Manfaat secara teoritis dari penelitian tersebut adalah:

1. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya teori tentang hubungan parasosial
2. Memberikan wawasan baru bagi literatur di bidang ilmu komunikasi.
3. Penelitian dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya mengenai hubungan parasosial

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat secara praktis dari penelitian tersebut adalah:

1. Hasil penelitian ini dapat membantu penonton, khususnya generasi z untuk lebih menyadari keterlibatan mereka dalam hubungan parasosial
2. Sebagai panduan bagi Institusi dan Penyedia Program tentang bagaimana konten edukasi digital seperti *Clash of Champions* mengenai dampak hubungan parasosial terhadap keterlibatan penonton, khususnya Generasi Z
3. Sebagai acuan bagi *Fanbase* untuk memahami pola keterlibatan dan kebutuhan emosional penggemar

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, Yahya. 2019. "Gereja Dan Pengaruh Teknologi Informasi 'Digital Ecclesiology.'" *Fidei: Jurnal Teologi Sistematis dan Praktika* 1(2): 270–83. doi:10.34081/270033.
- Agostini, Stefano, and Peter Mechant. 2019. "Towards a Definition of Virtual Community." *Signo y Pensamiento* 38(74). doi:10.11144/Javeriana.syp38-74.tdvc.
- Baym, Nancy K. 2015. *Personal Connections in the Digital Age Digital Media And Society Series*. Malden, MA 02148, USA: Polity Press.
- Creswell John and Creswell David. 2023. Sixth Edit SAGE Publications, Inc. *Research Design, Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches*. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>.
- Dr. H. Zuchri Abdussamad, S.I.K., M.Si. 2021. *Metode Penelitian Kualitatif*. Syakir Media Press.
- Duffet, Mark. 2013. *Understanding Fandom An Introduction to the Study of Media Fan Culture*. Library of Congress Cataloging-in-Publication Data.
- Gray, Jonathan, And Cornel Sandvoss, and C. Lee Harrington. 2017. *Fandom Identities and Communities in a Mediated World*. New York: New York University Press.
- Gray, Jonathan, Cornel Sandvoss, and C. Lee Harrington. 2007. *Fandom: Identities and Communities in a Mediated World Fandom: Identities and Communities in a Mediated World*. New York: New York University Press.

doi:10.1177/009430610803700621.

Hasna, Safira. 2022. "Selebriti Dan Fandom Di Era Media Sosial: Fenomena Selebgram." *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial* 3(1): 1.

doi:10.36722/jaiss.v3i1.893.

Jenkins, Henry. 2006. *Convergence Culture : Where Old and New Media Collide*.

New York University Press.

Kusumastuti, Adhi, Ahmad Mustamil Khoiron. 2019. *Metode Penelitian Kualitatif*.

Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo (LPSP).

Matthew B. Miles, A. Michael Huberman, Johnny Saldana. 2014. *Qualitative Data*

Analysis. United States of Amerika: SAGE.

McCutcheon, Lynn E., Rense Lange, and James Houran. 2002. "Conceptualization and Measurement of Celebrity Worship." *British Journal of Psychology* 93(1):

67–87. doi:10.1348/000712602162454.

Pendekatan Modern bagi Pergerakan Sosial oleh Pemuda Nicho Farhan Daroini,

Sebuah, and Khusnul Ainia Aprilinda. 2023. "PENGALANGAN DANA FANBASE." *Jurnal Khazanah* 15(1). <https://journal.uui.ac.id/khazanah>.

Prof. Dr. A. Muri Yusuf, M.Pd. 2017. *METODE PENELITIAN Kuantitatif,*

Kualitatif, Dan Penelitian Gabungan. KENCANA.

Sagita, Afitia, and Donie Kadewardana. 2017. "Hubungan Parasosial Di Media

Sosial: Studi Pada Fandom Army Di Twitter." *CoverAge* 8(1): 45–58.

Sari, Mega Puspita, Silviana Purwanti, and Nurliah Nurliah. 2022. "EFEK

HUBUNGAN PARASOSIAL PENGGEMAR KOREAN POP DI MEDIA

- SOSIAL TWITTER (Studi Deskriptif Pada Fandom EXO-L Samarinda).” *Mediakom* 5(2): 145–64. doi:10.32528/mdk.v5i2.7876.
- Steever, Gayle S. 2017. “Parasocial Theory: Concepts and Measures.” In *The International Encyclopedia of Media Effects*, Wiley, 1–12. doi:10.1002/9781118783764.wbieme0069.
- Sugiyono, Prof. Dr. 2013. *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF DAN R&D*. ed. Alfabeta. Bandung.
- Hartmann, T., & Goldhoorn, C. (2020). Horton and Wohl revisited: Exploring viewers’ experience of parasocial interaction. *Journal of Communication*, 61(6), 1104–1121. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2011.01595.x>
- Gong, A. Di, & Huang, Y. T. (2022). When young female fans were producing celebrities: The influential factors related to online fan engagement, celebrity worship, and program commitment in idol-nurturing reality shows. *Frontiers in Communication*, 7. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2022.931185>
- Hidayani, P. (2024). Komodifikasi Impian Dalam Program Televisi Girls Planet 999 : The Girls Saga. *Skripsi*. Institut Agama Islam Negeri Parepare.
- Delfriyani, A., & Sary, K. A. (2024). Fenomena Hubungan Parasosial Penggemar dan Idola (Studi pada NCTZen Pengguna Aplikasi LYSN Bubble). *Jurnal Ilmiah Komunikasi (JIKOM) STIKOM IMA*, 16(02), 29. <https://doi.org/10.38041/jikom1.v16i02.367>
- Ode Sumirna, W., Fajar Maulana, H., Rizal Ardiansah Putra, M., & Muhammadiyah Buton Baubau Correspondence Author, U. (n.d.). Hubungan

Parasosial Antara Fangirl dan Selebriti K-Pop. *JIMPS: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, 8(3), 1612–1626.
<https://doi.org/10.24815/jimps.v8i3.25238>

Sysca, D. H., & Dwivayani, K. D. (2024). Fenomena Hubungan Parasosial Penggemar dan Idol K-Pop dalam Penggunaan Aplikasi Weverse. *Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika Dan Komunikasi*, 5(1), 498–511.
<https://doi.org/10.35870/jimik.v5i1.517>

Press, C. (2007). Fans: The Mirror of Consumption. In *American Journal of Sociology* (Vol. 112, Issue 6).

Sugiyono, P. D. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif* (Alfabeta (ed.)).

Sugihartati, R. (2017). *Budaya Populer dan Subkultur Anak Muda*. Airlangga University Press.

Nur'afifah, O., Farida, N., & Lestari, F. D. (2019). Parasocial Interaction on Social Media : Can It Affect Parasocial Relationship ? *Jurnal InterAct*, 8(2), 66–77.

Sadasri, L. M. (2022). Parasocial Relationship with Celebrities (A Qualitative Study on the Use of Fandom Applications). *Jurnal Studi Pemuda*, 10(2), 147.
<https://doi.org/10.22146/studipemudaugm>.

Kurtin, K. S., O'brien, N., Roy, D., & Dam, L. (2018). The Development of Parasocial Relationships on YouTube. *The Journal of Social Media in Society Spring*, 7(1), 233–252.

Tiziano Bonini, Madalena Oliveira, G. S. (Ed.). (2018). *Radio Relations: Policies and Aesthetics of the Medium*. Cambridge Scholars Publishing.

Fauziah, R. (2015). Fandom K-Pop Idol dan Media Sosial (Studi Deskriptif Kualitatif tentang Penggunaan Media Sosial Twitter pada Hottest Indonesia sebagai Followers *Fanbase* @taeckhunID, @2PMindohottest dan Idol Account @Khunnie0624).*Skripsi*. Universitas Sebelas Maret.