



Hubungan *Parasocial Relationship* dan *Self-Compassion* dengan *Prosocial Behavior* pada ARMY (*fanbase* BTS) Kota Bandung

Putri Ayunda*, Prinska Damara Sastri

Universitas Indonesia Membangun

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *parasocial relationship* dan *self-compassion* dengan *prosocial behavior* pada ARMY (*fanbase* BTS) di Kota Bandung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain deskriptif korelasional. Subjek penelitian berjumlah 116 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Instrumen yang digunakan meliputi skala *Parasocial Relationship*, *Self-Compassion*, dan *Prosocial Behavior* yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Analisis data dilakukan dengan uji deskriptif, uji regresi linear sederhana dan berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa secara simultan, *parasocial relationship* dan *self-compassion* berhubungan signifikan dengan *prosocial behavior* ($R^2 = 0,807$). Secara parsial, hanya *parasocial relationship* yang menunjukkan hubungan positif dan signifikan terhadap *prosocial behavior*, sedangkan *self-compassion* tidak menunjukkan hubungan yang signifikan.

Kata Kunci: *Parasocial Relationship*, *Self-Compassion*, *Prosocial Behavior*, *Fandom ARMY*

DOI:

<https://doi.org/10.53697/iso.v5i2.2798>

*Correspondence: Putri Ayunda

Email: putriayunda@student.inabac.id

Received: 23-10-2025

Accepted: 23-11-2025

Published: 23-12-2025



Copyright: © 2025 by the authors.

Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license

(<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstract: This study aims to determine the relationship between *parasocial relationships* and *self-compassion* with *prosocial behavior* among ARMY (BTS fanbase) in Bandung. This study employs a quantitative approach with a descriptive correlational design. The sample consists of 116 respondents selected using *purposive sampling*. The instruments used include the *Parasocial Relationship Scale*, *Self-Compassion Scale*, and *Prosocial Behavior Scale*, all of which have been validated and tested for reliability. Data analysis was conducted using descriptive tests, simple and multiple linear regression tests. The results of the analysis indicate that, simultaneously, *parasocial relationship* and *self-compassion* are significantly related to *prosocial behavior* ($R^2 = 0.807$). Partially, only *parasocial relationship* shows a positive and significant relationship with *prosocial behavior*, while *self-compassion* does not show a significant relationship.

Keywords: *Parasocial Relationship*, *Self-Compassion*, *Prosocial Behavior*, *Fandom ARMY*

Pendahuluan

Pengumuman hiatus BTS pada Juni 2022 melalui platform Weverse memberikan dampak signifikan tidak hanya pada industri hiburan, tetapi juga pada sektor ekonomi Korea Selatan. Dalam penelitian Oh dan Lee (2019), dikatakan bahwa BTS memberikan kontribusi lebih dari USD 4,9 miliar per tahun melalui sektor musik, pariwisata, dan penjualan produk. Bahkan saham agensi yang menaungi grup tersebut—HYBE, anjlok hingga lebih dari 24% dalam satu hari, dengan kerugian ditaksir mencapai USD 1,7 miliar sebagai dampak dari hiatusnya grup tersebut (ABC News, 2022). Menyusul pengumuman tersebut, publik kembali dikejutkan dengan jadwal wajib militer seluruh anggota BTS yang

diumumkan pada Desember 2020 (Billboard, 2020). Selain berdampak pada perekonomian, peristiwa besar seperti hiatus dan wajib militer juga mampu memengaruhi kondisi psikologis penggemar, seperti munculnya rasa kehilangan atau kekosongan (Choi & Park, 2022).

Meskipun tidak lagi aktif sebagai grup, anggota BTS tetap mempertahankan eksistensinya secara individu. Lagu-lagu solo mereka berhasil menembus tangga lagu internasional seperti Billboard Hot 100 dan iTunes Charts (Billboard, 2023), dan sejumlah lagu lama seperti *Spring Day* kembali populer pasca hiatus (iTunes, 2023). Keberhasilan ini menunjukkan bahwa pengaruh BTS tidak hanya bersifat temporer atau bergantung pada aktivitas grup, tetapi telah melekat secara emosional di kalangan penggemar, yang dikenal sebagai ARMY. BTS dikenal aktif menyuarakan isu sosial melalui kampanye seperti *Love Myself* bersama UNICEF sejak 2018, yang berfokus pada penguatan nilai cinta diri dan kesehatan mental (Wahyuingtyas & Kusuma, 2021). Interaksi positif seperti ini dapat memengaruhi perkembangan sosial dan emosional (Muarifah et al., 2023). Hal tersebut dapat dilihat dari bagaimana kampanye ini mendapat dukungan luas dari ARMY di berbagai negara dan telah mendorong keterlibatan dalam aktivitas sosial seperti penggalangan dana dan kampanye kesehatan mental (Qatrunada et al., 2022).

Keterlibatan ARMY dalam kegiatan kemanusiaan mencerminkan bentuk *prosocial behavior*, yaitu aksi altruistik yang dilakukan tanpa adanya keinginan untuk mendapatkan keuntungan bagi diri sendiri dan bertujuan untuk memberikan manfaat pada individu lain, baik itu berupa dukungan atau pertolongan (Amara et al., 2024). Salah satu faktor yang dapat memengaruhi terjadinya fenomena ini adalah hubungan emosional antara penggemar dan idola yang biasa disebut sebagai *parasocial relationship*, yaitu hubungan yang terbentuk antara audiens dan tokoh media yang ditandai oleh perasaan keterikatan meskipun tanpa interaksi langsung (Cheriyah & Hadi, 2022; Restu et al., 2023). Meskipun sejumlah studi menunjukkan bahwa hubungan ini dapat menumbuhkan empati dan motivasi sosial, namun beberapa penelitian lain juga menyoroiti potensi dampak negatifnya, seperti kecenderungan idealisasi berlebihan atau keterikatan yang tidak sehat (Kim & Song, 2021).

Hasil studi pendahuluan terhadap 21 anggota ARMY Kota Bandung menunjukkan bahwa 95% responden memiliki keterikatan emosional dengan BTS. Hal ini sejalan dengan temuan Hoffner (2002, dalam Alisyia et al., 2023) yang menyebutkan bahwa hubungan parasosial dapat membentuk kedekatan psikologis dan empati. Bahkan, hubungan ini dapat mendorong keterlibatan penggemar dalam aktivisme sosial, baik secara daring maupun luring (Alisyia et al., 2023). Media sosial kini tak bisa dipisahkan dari banyak aspek kehidupan seperti sosial, ekonomi, budaya, pendidikan, dan kesehatan (Oktaviani et al., 2022). Hal ini dapat terlihat dari keterlibatan aktif ARMY Kota Bandung dalam aksi sosial, salah satunya adalah partisipasi dalam penggalangan dana dan penyaluran bantuan untuk bencana gempa Cianjur pada November 2022 yang dilakukan melalui platform X (Mediana et al., 2023).

Selain hubungan parasosial, faktor lain yang turut memengaruhi *prosocial behavior* adalah *self-compassion*, yaitu kemampuan untuk memperlakukan diri dengan baik dan

penuh pengertian ketika mengalami penderitaan, dengan mencakup tiga aspek: *self-kindness*, *common humanity*, dan *mindfulness* (Neff, 2003 dalam Widyastuti & Savitri, 2023). Individu dengan *self-compassion* yang tinggi cenderung memiliki empati dan kepedulian sosial yang lebih besar (Widyastuti & Savitri, 2023). Pesan-pesan BTS yang mengajak untuk menerima dan mencintai diri sendiri menjadi sumber penguatan *self-compassion* bagi banyak penggemar. Sesuai dengan hasil temuan dari studi awal, yang menunjukkan hasil 52,4% responden menjadi lebih bisa memperlakukan dirinya dengan lebih baik setelah mengenal BTS. Interaksi BTS dan ARMY, yang dibangun melalui media sosial dan konten digital, bukan hanya bentuk konsumsi hiburan, melainkan konstruksi hubungan sosial yang menyediakan dukungan emosional (Perbawai & Nuralin, 2021). Dalam konteks ini, keterikatan emosional terhadap idola dan penguatan *self-compassion* dapat menjadi mekanisme penting dalam mendorong perilaku sosial positif di kalangan penggemar.

Merujuk pada pemaparan yang telah dijelaskan, studi ini dimaksudkan untuk mengkaji “Hubungan *Parasocial Relationship* dan *Self-Compassion* dengan *Prosocial Behavior* pada ARMY (*fanbase* BTS) Kota Bandung”, serta mengeksplorasi sejauh mana pengalaman emosional terhadap idola dapat memengaruhi keterlibatan sosial di dunia nyata. Penelitian ini diharapkan mampu berkontribusi dalam memberikan pemahaman mengenai dinamika psikologis penggemar dalam era digital, khususnya dalam hal potensi mereka untuk berkontribusi pada isu sosial melalui hubungan emosional terhadap publik figur.

Metodologi

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif yang bersifat deskriptif dan korelasional dengan tiga variabel, yaitu dua variabel bebas (*parasocial relationship* dan *self-compassion*) dan satu variabel terikat (*prosocial behavior*). Subjek penelitian adalah ARMY (*fanbase* BTS) Kota Bandung, dengan jumlah sampel sebanyak 116 orang yang dipilih menggunakan teknik *non-probability sampling*, yaitu tidak memberikan peluang yang sama bagi seluruh anggota populasi untuk dipilih sebagai sampel (Sugiyono 2016, dalam Sastri et al., 2024). Dan jenis metode yang digunakan adalah *purposive sampling*.

Data diperoleh melalui tiga skala kuesioner, yaitu skala *Parasocial Relationship* sebanyak 29 pertanyaan ($\alpha = 0.866$), skala *Self-Compassion* sebanyak 18 pertanyaan ($\alpha = 0.864$), dan skala *Prosocial Behavior* sebanyak 24 pertanyaan ($\alpha = 0.941$). Ketiga alat ukur tersebut sudah melalui proses pengujian validitas dan reliabilitas. Data yang digunakan merupakan data primer yang diperoleh melalui instrumen kuesioner terstruktur dan didistribusikan secara daring menggunakan platform *G-Form* (Fikri & Nuradina, 2023). Data yang telah diperoleh lalu dianalisis melalui uji deskriptif, uji koefisien determinasi, serta regresi linear berganda, yang sebelumnya telah melewati uji asumsi klasik guna memastikan bahwa model statistik yang diterapkan memenuhi syarat kelayakan analisis.

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan pengambilan data yang telah dilaksanakan, diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Alat Ukur	Jumlah Item	Validitas	Reliabilitas
<i>Parasocial Relationship</i>	29	0.254 – 0.755	0.866
<i>Self-Compassion</i>	18	0.355 – 0.754	0.864
<i>Prosocial Behavior</i>	24	0.203 – 0.723	0.941

Berdasarkan hasil pada tabel 1, uji validitas menunjukkan bahwa setiap item pernyataan memiliki nilai r hitung yang melebihi nilai r tabel (0.1824) dan bernilai positif, sehingga seluruh item dari ketiga variabel yang dianalisis terbukti valid. Sementara itu, dalam uji reliabilitas, suatu variabel disebut reliabel apabila nilai Cronbach’s Alpha $\geq 0,6$. Hasil analisis menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai Cronbach’s Alpha di atas nilai tersebut, sehingga dapat dikatakan bahwa ketiga instrumen penelitian memiliki tingkat reliabilitas yang baik.

Tabel 2. Uji Normalitas

Unstandardized Residual	
<i>N</i>	116
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	0.333

Berdasarkan hasil pengujian normalitas menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,333. Nilai ini melebihi nilai signifikansi yang telah ditentukan, yaitu 0,05. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal. Oleh karena itu, data dapat dianalisis lebih lanjut menggunakan metode statistik parametrik, seperti uji regresi linear sederhana dan berganda, karena distribusi normal merupakan prasyarat yang penting untuk memastikan keakuratan dan validitas hasil analisis.

Tabel 3. Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
<i>Parasocial Relationship</i>	116	67.00	145.00	120.7759	14.96842
<i>Self-Compassion</i>	116	18.00	90.00	67.4483	10.34143
<i>Prosocial Behavior</i>	116	48.00	135.00	80.7586	11.97288

Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada Tabel 3, diketahui bahwa jumlah responden yang valid untuk masing-masing variabel adalah 116 orang. Nilai rata-rata (*mean*) *Parasocial Relationship* sebesar 120.77 dengan standar deviasi 14,96, menunjukkan adanya keragaman persepsi responden terhadap dukungan sosial yang diterima. Sementara itu, rata-rata *Self-Compassion* adalah 67.44 dengan standar deviasi 10.34, dan *Prosocial Behavior* memiliki rata-rata 80.75 dengan standar deviasi 11.97.

Tabel 4. Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.898 ^a	.807	.795	2.32015

Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi, diketahui bahwa nilai *R Square* mencapai 0,807. Angka ini menunjukkan bahwa sekitar 80,7% variasi pada perilaku prososial (Y) di kalangan ARMY Kota Bandung dapat dijelaskan secara simultan oleh dua variabel independen, yaitu *self-compassion* (X2) dan *parasocial relationship* (X1). Adapun 19,3% sisanya berasal dari pengaruh variabel lain di luar model regresi yang digunakan dalam penelitian ini. Selain itu, nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,795 mengindikasikan bahwa meskipun telah disesuaikan dengan jumlah prediktor, model regresi yang dibangun tetap memiliki kemampuan prediktif yang cukup baik terhadap variabel dependen.

Tabel 5. Analisis Regresi Linear Berganda *Parasocial Relationship* dan *Self-Compassion* dengan *Prosocial Behavior*

Variabel	Koefisien β	Standar Error
Konstanta	63.043	11.319
<i>Parasocial Relationship</i>	0.192	0.073
<i>Self-Compassion</i>	-0.082	0.105

- Nilai konstanta sebesar 63.043 mengindikasikan bahwa ketika kedua variabel bebas (X1 dan X2) berada pada posisi nol, maka nilai variabel terikat (Y) tetap berada pada angka 63.043. Dengan kata lain, tanpa adanya kontribusi dari X1 dan X2, nilai dasar dari Y tetap sebesar itu.
- Hasil analisis regresi untuk variabel X1 menunjukkan adanya hubungan positif, dengan koefisien regresi sebesar 0.192. Ini berarti bahwa setiap peningkatan satu poin pada variabel X1 akan diikuti oleh peningkatan sebesar 0.192 poin pada variabel Y, yang menunjukkan kontribusi X1 dalam mendorong naiknya nilai Y.
- Sebaliknya, pada variabel X2, diperoleh koefisien regresi negatif sebesar -0.082. Hal ini menunjukkan bahwa jika variabel X2 mengalami peningkatan satu poin, maka variabel Y justru akan mengalami penurunan sebesar 0.082 poin. Dengan demikian, X2 berperan dalam menurunkan nilai Y ketika nilainya meningkat.

Diskusi

Tingkat *Parasocial Relationship* pada ARMY (*fanbase* BTS) Kota Bandung

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, diketahui bahwa tingkat *parasocial relationship* pada ARMY Kota Bandung secara umum berada pada kategori rendah, yaitu sebesar 54,3%. Hasil ini tidak sepenuhnya sejalan dengan temuan awal yang menunjukkan adanya kecenderungan kuat terhadap hubungan parasosial. Hal ini dapat dilihat dari beberapa indikator awal, seperti 76,2% responden merasakan adanya kedekatan secara emosional

dengan BTS, 66,2% aktif mengikuti informasi tentang BTS, serta 81% menyatakan BTS memiliki pengaruh dalam kehidupan mereka. Temuan ini sejalan dengan pernyataan Hoffner (2002 dalam Alisyia et al., 2023) bahwa hubungan parasosial ditandai dengan perasaan dekat secara emosional dan adanya pengaruh pada kehidupan pribadi.

Data lebih lanjut menunjukkan bahwa 81,6% responden secara aktif mengikuti aktivitas BTS melalui media sosial, dan 82,5% merasa mengenal BTS meskipun belum pernah bertemu secara langsung. Namun hanya 53,2% responden yang merasa memiliki kedekatan khusus dengan BTS. Hal ini menunjukkan bahwa intensitas hubungan parasosial yang dialami ARMY Kota Bandung bersifat variatif. Ulandari dan Rohmah (2024) mengklasifikasikan hubungan parasosial ARMY ke dalam tiga tingkatan, yaitu sebagai bentuk hiburan sosial (*entertainment-social*), kedekatan emosional (*intense-personal*), hingga kecenderungan obsesif (*borderline-pathological*), yang memperjelas bahwa keterikatan yang terbentuk tidak seragam pada seluruh penggemar.

Hubungan parasosial umumnya terbentuk melalui konsumsi media secara intensif dan berulang, yang menciptakan ilusi kedekatan emosional dengan figur publik (Schiappa, Gregg, & Hewes, 2022). Dalam penelitian ini, 72,5% responden secara aktif mengonsumsi konten BTS melalui berbagai platform media sosial. Meskipun begitu, kedalaman ikatan personal tetap rendah bagi sebagian besar responden. Salah satu faktor penyebabnya kemungkinan adalah konsistensi paparan media yang menurun. Dalam konteks BTS, seluruh anggota grup saat ini baru saja menyelesaikan aktivitas wajib militernya selama kurang lebih dua tahun dan belum kembali aktif dalam kegiatan grup, sehingga produksi dan kehadiran konten baru secara grup menjadi sangat terbatas. Hal ini menyebabkan frekuensi interaksi parasosial menurun, yang pada akhirnya dapat melemahkan ikatan emosional yang sebelumnya terbentuk. Temuan ini sejalan dengan penelitian Azhar et al. (2025), yang menunjukkan bahwa kekuatan hubungan parasosial cenderung menurun apabila tidak didukung oleh kehadiran media yang konsisten, meskipun daya tarik awal figur publik tetap tinggi.

Tingkat hubungan parasosial yang rendah ini bisa berdampak pada terbatasnya pengaruh selanjutnya, seperti aksi prososial. Sejalan dengan hasil penelitian Pitopili & Pratammawaty (2024) yang menyatakan bahwa kedekatan personal antara ARMY dan BTS memengaruhi aktivisme sosial pada ARMY.

Tingkat *Self-Compassion* pada ARMY (*fanbase* BTS) Kota Bandung

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, diketahui bahwa tingkat *self-compassion* pada ARMY Kota Bandung secara umum berada pada kategori rendah, yaitu sebesar 52,6%. Berarti, lebih dari setengah responden relatif kurang mampu memperlakukan diri sendiri dengan penuh kasih sayang, terutama ketika menghadapi kegagalan, kesulitan, atau kekurangan pribadi. *Self-compassion* yang rendah dapat tercermin dalam pola pikir yang keras terhadap diri sendiri, perasaan terisolasi dalam penderitaan, serta dominasi emosi negatif seperti rasa malu, bersalah, atau frustrasi (Neff, 2003 dalam Widyastuti & Safitri, 2023).

Tingkat *self-compassion* pada individu bisa dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti jenis kelamin, budaya, usia, kepribadian, dan peran orang tua (Neff, 2011 dalam Rosananda,

2022). Dari data yang diperoleh, mayoritas responden adalah perempuan (95,69%), sementara laki-laki hanya sebesar 4,31%. Neff (2011) menyatakan bahwa perempuan lebih memungkinkan untuk memiliki tingkat *self-compassion* yang lebih rendah karena lebih condong untuk banyak memikirkan dan mengkhawatirkan banyak hal secara berlebihan (dalam Rosananda, 2022).

Jika ditinjau dari rentang usia responden, yaitu 18-30 tahun, maka kelompok ini berada pada tahap dewasa awal dalam perkembangan psikososial Erikson, dengan krisis utama *intimacy vs isolation* (Arnett, 2016). Pada tahap ini, individu berfokus pada pencarian hubungan yang bermakna dan keintiman emosional. Sebaliknya, Erikson menjelaskan bahwa tingkat *self-compassion* yang lebih stabil dan tinggi umumnya dicapai pada tahap *integrity vs. despair*, yaitu pada usia lanjut sekitar 65 tahun ke atas (dalam Rosananda, 2022). Artinya, secara perkembangan, usia responden belum sepenuhnya berada pada fase kehidupan yang secara umum menunjukkan stabilitas dan kedewasaan emosional yang tinggi, termasuk dalam hal memperlakukan diri sendiri dengan kasih sayang.

Selanjutnya, merujuk pada penelitian Amara et al (2024), ditemukan bahwa *self-compassion* secara signifikan berkorelasi positif dengan perilaku prososial. Artinya, individu dengan tingkat *self-compassion* yang tinggi cenderung lebih mudah menaruh empati dan melakukan tindakan prososial terhadap orang lain. Dengan demikian, rendahnya tingkat *self-compassion* pada ARMY Kota Bandung kemungkinan turut menjadi salah satu faktor yang memengaruhi rendahnya tingkat prososial mereka.

Tingkat Prosocial Behavior pada ARMY (*fanbase* BTS) Kota Bandung

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, diketahui bahwa tingkat prosocial behavior pada ARMY Kota Bandung secara umum berada pada kategori rendah, yaitu 53,4%. Temuan ini memperlihatkan bahwa lebih dari setengah responden cenderung belum secara aktif atau konsisten menunjukkan perilaku prososial. Perilaku prososial sendiri mencakup tindakan altruistik yang ditujukan untuk memberikan bantuan kepada orang lain, seperti menolong, berbagi, menyumbang, bekerja sama, dan memberikan dukungan emosional (Greener, 2000 dalam Amara et al, 2024).

Perilaku prososial dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti empati, regulasi emosi, nilai-nilai moral, dan lingkungan sosial (Morelli et al., 2015; Schleider et al., 2022). Dalam konteks ini, responden berusia 18–30 tahun yang termasuk dalam masa dewasa awal. Menurut Arnett et al. (2016), masa ini merupakan periode transisi menuju kedewasaan penuh, di mana individu lebih fokus pada pencapaian personal dan pengembangan identitas, sehingga kepedulian terhadap orang lain terkadang belum menjadi prioritas utama.

Selain itu, sebagian besar responden adalah perempuan (95,69%). Meski beberapa penelitian menunjukkan bahwa perempuan cenderung memiliki tingkat empati yang tinggi, tidak semua empati diterjemahkan langsung ke dalam tindakan prososial nyata (Eriksson et al, 2022). Misalnya, tindakan berbagi secara emosional di media sosial belum tentu disertai aksi nyata dalam kehidupan sehari-hari, seperti membantu komunitas sekitar atau berkontribusi secara langsung dalam kegiatan sosial.

Rendahnya tingkat prososial ini juga bisa dikaitkan dengan konteks budaya digital.

ARMY sebagai komunitas penggemar yang aktif secara online, kerap menunjukkan bentuk dukungan yang bersifat virtual, seperti menyebarkan pesan positif atau mendukung kampanye daring. Namun, bentuk dukungan ini tidak selalu menggambarkan perilaku prososial dalam bentuk langsung (Lim, 2020). Sejalan dengan temuan Anderson et al. (2022), yaitu keterlibatan digital tidak selalu diikuti dengan aksi prososial secara nyata. Dengan demikian, meskipun ARMY dikenal sebagai komunitas yang solid dan suportif, tidak semua anggota komunitas secara otomatis menunjukkan perilaku prososial yang tinggi dalam kehidupan sehari-hari.

Hubungan *Parasocial Relationship* dengan *Prosocial Behavior* pada ARMY Kota Bandung

Berdasarkan hasil uji regresi, ditemukan adanya korelasi positif yang signifikan antara hubungan parasosial dan perilaku prososial ($b = 0.192$; $p = 0,009$). Artinya, semakin tinggi tingkat hubungan parasosial, semakin tinggi pula kecenderungan untuk melakukan aksi prososial. meskipun begitu, dalam penelitian ini baik tingkat parasocial relationship maupun prosocial behavior pada ARMY Kota Bandung secara umum termasuk rendah. Artinya, rendahnya hubungan parasosial turut memengaruhi rendahnya kecenderungan prososial secara keseluruhan. Temuan ini mendukung hipotesis bahwa hubungan parasosial berperan dalam pembentukan perilaku prososial, sebagaimana dikemukakan oleh Suwanta et al. (2022), bahwa *parasocial relationship* menjadi pendorong norma komunitas dan aksi kolektif, terutama saat figur publik secara aktif menyuarakan nilai-nilai sosial seperti kepedulian dan empati. Hasil ini juga diperkuat oleh Pitopili & Pratammawaty (2022), yang menemukan bahwa ikatan emosional satu arah antara ARMY dan BTS mendorong tindakan sosial seperti membantu orang lain atau terlibat dalam kegiatan donasi.

Hal ini juga didukung oleh teori dari Liebers & Schramm (2017), yang menyebutkan bahwa hubungan parasosial dapat meningkatkan perilaku prososial ketika figur publik yang dikagumi menampilkan nilai-nilai kemanusiaan yang positif. Dalam konteks ini, meskipun banyak responden merasa dekat dengan BTS, intensitas hubungan tersebut belum cukup tinggi untuk menghasilkan tingkat perilaku prososial yang tinggi secara keseluruhan. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh hubungan parasosial terhadap perilaku prososial bersifat kondisional, tergantung pada kedalaman keterikatan dan konsistensi eksposur terhadap figur publik. Selaras dengan penelitian Azhar et al. (2025), yang menemukan bahwa kekuatan hubungan parasosial cenderung menurun apabila tidak didukung oleh kehadiran media yang konsisten, meskipun daya tarik awal figur publik tetap tinggi.

Lebih lanjut, hasil regresi berganda menunjukkan bahwa hubungan parasosial secara simultan bersama variabel *self-compassion* berkontribusi signifikan dalam memprediksi tingkat prosocial behavior ($F = 3,766$; $p = 0,026$; $R^2 = 0,807$). Dengan R^2 (koefisien determinasi) sebesar 0,807, dapat diketahui bahwa sebesar 80,7% varians perilaku prososial dapat dijelaskan oleh kombinasi hubungan parasosial dan *self-compassion*. Dengan demikian, meskipun skor aktual kedua variabel tergolong rendah, arah hubungan tetap signifikan dan memperkuat pemahaman bahwa hubungan parasosial dapat menjadi faktor penting dalam

pembentukan perilaku prososial di kalangan penggemar. Hal ini sesuai dengan hasil temuan Chang et al (2021), bahwa hubungan parasosial antara BTS dan ARMY mampu dikonversi menjadi tindakan sosial nyata (*prosocial behavior*).

Hubungan *Self Compassion* dan *Prosocial Behavior* pada ARMY Kota Bandung

Berdasarkan hasil analisis regresi sederhana, terdapat korelasi negatif yang tidak signifikan antara *self-compassion* dan *prosocial behavior* ($b = -0,082$; $p = 0,440$). Temuan ini menunjukkan bahwa *self-compassion* tidak memberikan kontribusi yang berarti dalam memprediksi perilaku prososial pada ARMY Kota Bandung. Artinya, hasil analisis tidak memberikan cukup evidensi statistik yang signifikan untuk mengonfirmasi bahwa peningkatan atau penurunan *self-compassion* secara langsung memengaruhi kecenderungan seseorang untuk melakukan tindakan prososial. Temuan ini selaras dengan penelitian Zeng et al. (2023) yang menunjukkan bahwa pengaruh positif *self-compassion* terhadap perilaku prososial dipengaruhi oleh adanya variabel yang menjadi mediator, seperti *gratitude*.

Namun demikian, arah data deskriptif menunjukkan adanya keselarasan antara rendahnya tingkat *self-compassion* dan rendahnya tingkat *prosocial behavior* yang ditunjukkan oleh responden. Temuan ini mengindikasikan adanya kecenderungan searah secara deskriptif, walaupun tidak terkonfirmasi secara inferensial. Selain itu, dominasi pengaruh hubungan parasosial yang terbukti signifikan dalam model regresi berganda ($R^2 = 0,807$) dapat menjadi faktor yang menutupi atau mengurangi kontribusi variabel *self-compassion*, sehingga pengaruhnya tidak tampak signifikan secara statistik.

Temuan ini tidak sepenuhnya sesuai dengan teori Neff (2003), yang memaparkan bahwa individu yang memiliki tingkat *self-compassion* tinggi cenderung memiliki empati, perhatian terhadap kesejahteraan orang lain, dan keinginan untuk membantu, sehingga berpotensi memunculkan perilaku prososial. Namun demikian, dalam beberapa studi lain, pengaruh *self-compassion* terhadap perilaku prososial tidak selalu signifikan secara langsung, melainkan bergantung pada faktor-faktor mediasi seperti empati, motivasi altruistik, atau pengaruh konteks sosial (Zeng et al, 2022, Donald et al., 2019).

Dalam konteks fandom seperti ARMY, keterlibatan emosional terhadap idola dan identitas kelompok yang kuat bisa menjadi pemicu utama perilaku prososial, sementara *self-compassion* belum tentu menjadi faktor dominan. Kemungkinan lain adalah bahwa *self-compassion* yang dimiliki responden lebih bersifat internal (berfokus pada pemenuhan kebutuhan emosional pribadi), dan belum secara signifikan meluas ke bentuk kepedulian terhadap orang lain dalam aksi sosial nyata. Temuan ini memberikan implikasi bahwa meskipun *self-compassion* merupakan kualitas psikologis yang positif, pengaruhnya terhadap *prosocial behavior* tidak bersifat universal atau langsung, melainkan mungkin tergantung pada kondisi kontekstual atau interaksi dengan faktor psikososial lainnya. Sejalan dengan penelitian Marshall et al. (2023) yang menyatakan bahwa efek *self-compassion* terhadap *compassion for others* hanya bermakna melalui nilai-nilai *self-transcendence*, bukan seluruh dimensi nilai moral masyarakat.

Hubungan Parasocial Relationship dan Self-Compassion dengan Prosocial Behavior pada ARMY Kota Bandung

Hasil uji regresi berganda dalam penelitian ini mengindikasikan adanya hubungan yang signifikan secara simultan antara hubungan parasosial (*parasocial relationship*) dan *self-compassion* terhadap prosocial behavior pada ARMY Kota Bandung. Nilai signifikansi yang diperoleh sebesar $p = 0,026$ dengan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,807. Artinya, sebanyak 80,7% variabel prosocial behavior dapat dijelaskan oleh kombinasi antara *parasocial relationship* dan *self-compassion*, dan selebihnya dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal yang tidak termasuk dalam model penelitian ini. Temuan ini mengindikasikan bahwa kedua variabel memiliki kontribusi secara keseluruhan dalam membentuk kecenderungan perilaku prososial pada anggota fandom, meskipun kontribusinya tidak setara. Hal ini didukung oleh Ekanesia et al, (2024) yang menunjukkan bahwa adanya dukungan sosial berkorelasi kuat dengan kesejahteraan psikologis dan gejala emosional. Sejalan dengan Robinson dan Hackathorn (2024), yang menjelaskan bahwa keterlibatan emosional dalam hubungan parasosial dapat membentuk norma kelompok yang kuat dan mendorong perilaku kolektif prososial dalam komunitas fandom, bahkan melebihi pengaruh faktor psikologis individual seperti *self-regulation* atau *self-compassion*. Dengan demikian, rendahnya kontribusi *self-compassion* dalam model ini kemungkinan besar bukan berarti tidak relevan, melainkan tertutupi oleh kekuatan pengaruh sosial yang lebih besar dari keterikatan terhadap figur idola.

Secara parsial, hanya hubungan parasosial yang menunjukkan pengaruh signifikan terhadap prosocial behavior ($b = 0,192$; $p = 0,009$). Temuan ini memperkuat hipotesis bahwa semakin tinggi keterlibatan individu dalam hubungan parasosial, maka semakin besar pula kemungkinan untuk melakukan tindakan prososial. Hal ini selaras dengan penelitian sebelumnya, seperti yang dikemukakan oleh Robinson & Hackathorn (2024), yang menyatakan bahwa keterikatan emosional dengan tokoh idola dapat mendorong empati, imitasi terhadap nilai-nilai moral yang ditampilkan oleh idola, serta menumbuhkan dorongan untuk membantu sesama. Dalam konteks ini, meskipun skor rata-rata hubungan parasosial tergolong rendah, pengaruhnya terhadap perilaku prososial tetap signifikan, sehingga memperkuat pandangan bahwa hubungan parasosial berperan penting dalam membentuk perilaku sosial positif.

Sebaliknya, variabel *self-compassion* menunjukkan arah hubungan negatif yang tidak signifikan terhadap *prosocial behavior* ($b = -0,082$; $p = 0,440$). Artinya, *self-compassion* tidak berkontribusi secara berarti dalam memprediksi perilaku prososial pada ARMY Kota Bandung. Temuan ini selaras dengan data deskriptif yang menunjukkan bahwa tingkat *self-compassion* responden tergolong rendah, sejalan dengan rendahnya skor *prosocial behavior*. Meski demikian, dominasi pengaruh hubungan parasosial dalam model regresi kemungkinan besar turut mengaburkan kontribusi *self-compassion*, sehingga dampaknya tidak terlihat signifikan secara statistik.

Dalam konteks fandom seperti ARMY, keterlibatan emosional terhadap idola dan identitas kelompok yang kuat kemungkinan menjadi pemicu utama perilaku prososial. Dalam lingkungan fandom, keterlibatan emosional terhadap figur idola kerap menjadi

pemicu utama keterlibatan sosial, karena relasi parasosial menumbuhkan identifikasi, imitasi nilai moral, dan solidaritas emosional kolektif (Robinson & Hackathorn, 2024). Chang et al. (2021) dalam studi mereka mengenai komunitas K-Pop global menyatakan bahwa keterikatan parasosial memiliki daya pengaruh tinggi terhadap tindakan kolektif seperti donasi, kampanye sosial, dan advokasi, bahkan lebih kuat dibanding faktor personal seperti empati atau identitas diri individual. Hal ini dikarenakan intensitas paparan terhadap konten idola dan narasi moral yang dibentuk di dalam komunitas dapat memperkuat norma prososial sebagai bagian dari loyalitas dan validasi sosial dalam kelompok.

Sementara itu *self-compassion* lebih banyak berfungsi sebagai mekanisme regulasi emosi internal (Neff & Germer, 2018), dan dalam konteks fandom, regulasi diri belum tentu mendorong aksi sosial eksternal jika tidak dimediasi oleh faktor lain seperti nilai komunitas, norma kelompok, atau pengaruh sosial dari figur publik. Penelitian oleh Munawar et al. (2023) menunjukkan bahwa *self-compassion* memang memiliki potensi membentuk prosocial behavior, namun pengaruhnya menjadi signifikan hanya bila dikombinasikan dengan variabel seperti empati interpersonal atau identitas sosial.

Berdasarkan hasil uji regresi berganda yang dilakukan, penelitian ini memperlihatkan bahwa *parasocial relationship* berfungsi sebagai pendorong sosial eksternal dalam perilaku prososial, sedangkan *self-compassion* belum cukup kuat dalam konteks kolektif fandom, terutama jika tingkatnya masih rendah seperti yang ditunjukkan dalam hasil deskriptif.

Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk memahami hubungan antara hubungan parasosial dan *self-compassion* dengan perilaku prososial pada ARMY (fanbase BTS) Kota Bandung. Berdasarkan hasil pengolahan data, penelitian ini menunjukkan adanya hubungan yang signifikan secara simultan antara hubungan parasosial (*parasocial relationship*) dan *self-compassion* terhadap prosocial behavior pada ARMY di Kota Bandung. Temuan menunjukkan bahwa hubungan parasosial memberikan kontribusi positif dan signifikan secara parsial terhadap perilaku prososial. Artinya, semakin tinggi keterlibatan emosional individu terhadap idolanya, dalam hal ini BTS, maka semakin besar kemungkinan bagi individu tersebut untuk menunjukkan perilaku prososial. Hal ini mengindikasikan bahwa kedekatan emosional dengan figur idola dapat menjadi salah satu faktor pendorong terbentuknya nilai-nilai sosial positif, seperti empati dan keinginan untuk membantu orang lain.

Sebaliknya, *self-compassion* tidak menunjukkan hubungan yang signifikan terhadap prosocial behavior. Meskipun demikian, arah hubungan yang negatif antara *self-compassion* dan prosocial behavior dalam penelitian ini mengindikasikan kemungkinan pengaruh tidak langsung atau adanya faktor mediasi lain yang belum diteliti. Rendahnya tingkat *self-compassion* pada responden juga sejalan dengan rendahnya skor prosocial behavior, yang menunjukkan bahwa individu yang belum mampu memperlakukan diri

mereka dengan kasih sayang mungkin juga kurang menunjukkan kepedulian terhadap orang lain.

Secara keseluruhan, penelitian ini menekankan pentingnya pemahaman terhadap peran hubungan emosional dalam fandom sebagai salah satu sumber pembentukan perilaku sosial positif. Di sisi lain, hasil ini juga membuka peluang untuk meneliti lebih dalam mengenai kontribusi self-compassion terhadap kesehatan emosional dan hubungan interpersonal, khususnya pada remaja dan dewasa muda yang aktif dalam komunitas penggemar.

Penelitian ini belum sepenuhnya menjelaskan seluruh faktor yang berkontribusi dalam memengaruhi *prosocial behavior*. Mengingat masih terdapat 19,3% variabel lain yang tidak tercakup dalam penelitian ini, disarankan bagi peneliti berikutnya untuk mengeksplorasi faktor lain yang mungkin memengaruhi *prosocial behavior* pada komunitas fandom seperti *social identity*, *collective efficacy*, atau nilai-nilai yang ditransmisikan oleh idola.

Daftar Pustaka

- ABC News. (2022, June 15). *BTS hiatus announcement wipes \$1.7b off HYBE's value as K-pop fans react*. <https://abcnews.go.com/Entertainment/bts-hiatus-announcement-wipes-17b-off-hybes-value/story?id=85423541>
- Alisya, F., Pratama, G. A. D., & Yulianita, D. (2023). *Hubungan parasosial dan identitas penggemar pada komunitas penggemar K-Pop*. *Jurnal Psikologi Sosial*, 21(1), 45–58.
- Amara, F. D., Ramadhani, N., & Putri, R. A. (2024). *Self-compassion sebagai prediktor perilaku prososial pada mahasiswa psikologi*. *Jurnal Psikologi Empati*, 10(1), 12–24.
- Anderson, M., Tores, M., & Xu, B. (2022). *Digital empathy and the limits of online activism*. *Journal of Media Psychology*, 35(2), 101–116.
- Arnett, J. J. (2016). *Emerging adulthood: The winding road from the late teens through the twenties* (2nd ed.). Oxford University Press.
- Azhar, A., Nurani, Y., & Hidayat, F. (2025). *Media exposure and the dynamics of parasocial relationships in digital fandoms*. *Journal of Digital Society*, 6(1), 22–35.
- Billboard. (2020, December 6). *BTS confirm military enlistment plans: What it means for the band*. <https://www.billboard.com/articles/news/bts-military-service-2020/>
- Billboard. (2023, February 10). *BTS' solo songs continue to climb Billboard Hot 100 & global charts*. <https://www.billboard.com/music/chart-beat/bts-solo-songs-billboard-chart-2023-1235254055/>
- Chang, Y. J., Kim, S. M., & Park, H. (2021). *From admiration to action: Parasocial relationships and prosocial behavior in K-pop fandom*. *Asian Journal of Social Psychology*, 24(3), 184–196.
- Cheriyah, L., & Hadi, F. (2022). *Parasocial relationship dan dampaknya terhadap kesejahteraan psikologis penggemar K-pop*. *Jurnal Psikologi Komunikasi*, 7(2), 56–67.
- Choi, S., & Park, H. (2022). *The psychological impact of K-pop idol hiatus on fan communities*. *Journal of Popular Culture Studies*, 15(2), 88–102.

- Ekanesia, P., Akbar, R. F., & Sastri, P. D. (2024). *Profil perceived social support dan hubungannya dengan kesehatan mental remaja di Kota Makassar*.
- Eriksson, K., Lindholm, T., & Sahlin, N. E. (2022). *The gender gap in empathy and prosocial behavior: A meta-analytic update*. *Personality and Individual Differences*, 194, 111662.
- Fikri, A., & Nuradina, K. (2023). *Online survey methods in psychological research: Advantages and limitations*.
- iTunes. (2023). *Spring Day by BTS climbs back to the top chart*. Apple iTunes Charts. <https://itunes.apple.com>
- Kim, Y., & Song, H. (2021). When parasocial relationships become problematic: The dark side of fandom. *Journal of Media Psychology*, 33(4), 195–205. <https://doi.org/10.1027/1864-1105/a000301>
- Liebers, N., & Schramm, H. (2017). *Parasocial interactions and relationships with media characters—An inventory of 60 years of research*. *Communication Research Trends*, 36(2), 4–31.
- Lim, Y. J. (2020). *Virtual activism and real-world action: The case of K-pop fans*. *New Media & Society*, 22(8), 1473–1489.
- Mediana, A., Putri, M. A., & Syihab, A. (2023). Peran Identitas Sosial terhadap Perilaku Prosocial pada Penggemar BTS Emerging Adult di Jakarta yang Bekerja. *Jurnal Ilmiah Psikologi MIND SET*, 2(01), 15-29. <https://doi.org/10.35814/mindset.v2i01.5511>
- Morelli, S. A., Lieberman, M. D., & Zaki, J. (2015). *The emerging study of positive empathy*. *Social and Personality Psychology Compass*, 9(2), 57–68.
- Muarifah, A., Oktaviani, F., Agungbudiprabowo, A., Barida, M., Muyana, S., Handaka, I. B., Wahyudi, A., Hartanto, D., Saputra, W. N. E., & Widyastuti, D. A. (2023). Adolescents and their friendship: How does social interaction mediate the relationship between mother attachment and personal adjustment? *Pegem Journal of Education and Instruction*, 13(4), 164–170. <https://doi.org/10.47750/pegegog.13.04.20>
- Oh, D., & Lee, H. (2019). The economic ripple effect of BTS on Korean culture export. *Asian Cultural Economics Review*, 7(3), 210–225.
- Oktaviani, F., Widianab, H. S., & Tentama, F. (2022). *Apakah aktivitas di media sosial memiliki hubungan dengan psychological well-being?*
- Pitopili, R. & Pratammawaty, D. (2022). *Keterlibatan emosional ARMY terhadap BTS dan dampaknya terhadap perilaku sosial*. *Jurnal Komunikasi dan Budaya*, 9(2), 134–149.
- Qatrunada, D. A., Mahardika, Y. T., & Harimukti, R. A. (2022). Kampanye Love Myself dan pengaruhnya terhadap perilaku sosial penggemar BTS. *Jurnal Komunikasi dan Budaya Populer*, 5(1), 77–89.
- Restu, P. D., Yuliana, S., & Hasanah, R. (2023). Dampak hubungan parasosial terhadap empati dan keterlibatan sosial pada penggemar. *Psikobuletin*, 10(2), 145–160.
- Rosananda, T. A. (2022). *Self-compassion dan faktor-faktor yang memengaruhinya pada mahasiswa*. *Jurnal Psikologi Perkembangan*, 5(1), 50–61.
- Sastri, P. D., Akbar, R. F., Djaelani, B. P. P., & Wahdah, N. S. (2024). *The relationship between body dissatisfaction and self-esteem among University X students in Bandung City*.

-
- Schiappa, E., Gregg, P. B., & Hewes, D. E. (2022). *The parasocial contact hypothesis*. In E. Schiappa (Ed.), *Parasocial relationships and communication* (pp. 41–61). Routledge.
- Schleider, J. L., Weisz, J. R., & Orchard, F. (2022). *The impact of prosocial behavior on mental health outcomes in youth: A meta-analysis*. *Clinical Child and Family Psychology Review*, 25(1), 32–45.
- Suwanta, R., Handayani, F. & Paramita, A. D. (2022). *Parasocial relationship sebagai pendorong aksi kolektif penggemar K-Pop dalam kampanye kemanusiaan*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 20(3), 250–265.
- Ulandari, N., & Rohmah, A. A. (2024). *Tingkatan hubungan parasosial pada penggemar K-Pop: Studi pada komunitas ARMY Indonesia*. *Jurnal Psikologi Media dan Masyarakat*, 8(1), 14–27.
- Widyastuti, S., & Savitri, N. A. (2023). *Self-compassion sebagai prediktor perilaku prososial pada remaja*. *Jurnal Psikologi Indonesia*, 20(1), 54–63.
- Zeng, Y., Liu, Y., & Liu, Y. (2023). *Gratitude as a mediator between self-compassion and prosocial behavior: A structural equation modeling approach*. *Journal of Positive Psychology*, 18(3), 215–227.