

BAB V

PENUTUP

5.1. Bahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mencari gambaran kecenderungan *fictophilia* di Indonesia. Berdasarkan hasil penelitian, dapat terlihat bahwa sebagian besar responden mengalami kecenderungan *fictophilia* yang berada pada tingkat sedang (45,83%) hingga tinggi (37,50%). Jika dilihat dari setiap aspeknya, maka sebagian besar responden mengalami *fictophilic stigma* (42,50%), *fictophilic behaviors* (42,50%), dan *fictophilic supernormal stimuli* (43,33%) yang tergolong tinggi. Di sisi lain, sebagian besar responden mengalami *fictophilic paradox* (27,50%) dan *fictophilic asexuality* (30,00%) yang tergolong rendah. Kecenderungan *fictophilia* yang ada di Indonesia cenderung berada di tingkat sedang hingga tinggi. Individu yang mengalami kecenderungan *fictophilia* pada tingkat ini menganggap bahwa karakter fiksi yang mereka sukai/cintai terlihat lebih baik, lebih menarik, atau lebih superior dibandingkan manusia nyata pada umumnya. Responden menyadari bahwa karakter fiksi yang mereka sukai/cintai bersifat fiksional, tetapi responden tidak merasakan keresahan atau ketidaknyamanan atas fakta ini. Responden justru terlibat dalam berbagai aktivitas kreatif untuk menumbuhkan hubungan responden dengan karakter fiksi yang mereka sukai/cintai seperti menikmati media yang memunculkan karakter tersebut, mengoleksi/menggunakan *merchandise* yang menggambarkan karakter tersebut, membuat karya berdasarkan karakter tersebut, dan sebagainya. Ketertarikan responden terhadap karakter fiksi tersebut membuat responden merasakan adanya stigma dari lingkungan sekitar dan masyarakat terhadapnya. Responden memiliki ketertarikan terhadap karakter fiksi, responden tetap memiliki ketertarikan terhadap manusia nyata dan terbuka untuk memiliki pasangan di dunia nyata.

Penelitian terkait dengan gambaran kecenderungan *fictophilia* ini belum ada. Jika dibandingkan dengan konsep yang serupa seperti hubungan parasosial, terdapat penelitian dari McCutcheon et al. (2002) yang membuat alat ukur *Celebrity Worship Scale* (CWS) untuk mengetahui gambaran pemujaan selebriti. Hasil

penelitian tersebut menunjukkan bahwa tingkat CWS pada responden terdistribusi normal, dengan sebagian besar cenderung berada pada tingkat sedang hingga tinggi. Hal ini serupa dengan hasil penelitian ini yang menunjukkan kecenderungan *fictophilia* yang terjadi di Indonesia sebagian besar berada di tingkat sedang hingga tinggi. Selain itu, jika penelitian tentang pemujaan selebriti ini dibandingkan dengan hasil penelitian dari kecenderungan *fictophilia*, maka dapat ditemukan beberapa kesamaan antara pemujaan selebriti dan kecenderungan *fictophilia*. Salah satu aitem dalam CWS mencakup “Selebriti favoritku bisa dibilang sempurna dalam segala hal”. Aitem ini hampir serupa dengan salah satu aspek kecenderungan *fictophilia* yaitu *fictophilic supernormal stimuli*, di mana individu memandang bahwa karakter fiksi yang disukai tampak lebih kompeten atau lebih baik dibandingkan dengan manusia nyata. Individu yang menjalin hubungan parasosial baik dengan selebriti maupun karakter fiksi sama-sama memandang figur media sebagai lebih superior atau sempurna dibandingkan manusia nyata pada umumnya. Pemujaan selebriti juga mencakup beberapa aktivitas seperti menonton, mendengar, dan berdiskusi tentang selebriti dengan orang lain. Jika dibandingkan dengan aspek *fictophilic behaviors*, aktivitas yang terlihat serupa adalah menikmati atau mengulang kembali media karakter fiksi, serta melakukan percakapan *online* mengenai karakter tersebut dengan orang lain. Individu yang melakukan pemujaan selebriti juga menyimpan gambar dan souvenir dari selebriti tersebut. Bagi individu yang mengalami kecenderungan *fictophilia*, individu juga menyimpan berbagai *merchandise* seperti gantungan kunci, boneka, atau baju yang menggambarkan karakter fiksi yang mereka sukai/cintai. Figur yang diminati dalam pemujaan selebriti merupakan manusia nyata yang bisa ditemui. Akan tetapi, kemungkinan untuk bertemu dengan figur tersebut sangatlah kecil (D. C. Giles, 2002). Jika dibandingkan dengan karakter fiksi, maka tidak memungkinkan untuk bertemu dengan karakter tersebut secara langsung di dunia nyata. Berdasarkan beberapa hal tersebut, pemujaan selebriti dan kecenderungan *fictophilia* memiliki banyak persamaan meskipun figur media yang diminati berasal dari dunia yang berbeda.

Jika melihat kecenderungan *fictophilia* berdasarkan faktor-faktor yang mempengaruhinya, hasil penelitian ini menemukan bahwa karakter fiksi yang

memiliki kepribadian atau pengalaman hidup yang mirip atau *relatable* menjadi salah satu faktor yang membuat seseorang mengalami kecenderungan *fictophilia*. Hal ini terlihat dari beberapa responden yang menyatakan bahwa kepribadian karakter fiksi yang mirip/*relatable* dengan mereka menjadi salah satu alasan yang membuat mereka tertarik terhadap karakter fiksi (2,24%). Jika membandingkan hasil ini dengan penelitian dari Tukachinsky et al. (2021), kepribadian yang mirip/*relatable* ini memiliki kaitan dengan homofili, di mana pembangunan ikatan dengan orang lain yang mirip dengan diri sendiri dan memiliki kesamaan di berbagai bidang membuat interaksi lebih lancar dan menyenangkan serta memprediksi permulaan ketertarikan antarpribadi. Selain kepribadian yang mirip/*relatable*, kebiasaan konsumsi media dapat mempengaruhi kecenderungan *fictophilia* juga. Tukachinsky et al. (2021) menyatakan bahwa jenis dan jumlah media yang dikonsumsi dapat mempengaruhi pembentukan hubungan parasosial. Berdasarkan hasil penelitian, sebagian besar responden yang mengalami kecenderungan *fictophilia* lebih sering mengkonsumsi media interaktif seperti *video game* (34,8%) dibandingkan media non-interaktif seperti animasi (32,1%) dan komik (24,5%).

Faktor lain yang dapat mempengaruhi kecenderungan *fictophilia* adalah jenis kelamin. Hal ini dijelaskan dalam penelitian Wang et al. (2008), di mana jenis kelamin dapat mempengaruhi pembentukan dan intensitas hubungan parasosial, namun terjadinya hal tersebut dapat bervariasi luas tergantung pada keadaan individu dan sifat hubungan parasosialnya. Berdasarkan hasil penelitian ini, jenis kelamin laki-laki lebih banyak mengalami kecenderungan *fictophilia* di tingkat sangat rendah (0,8%) hingga rendah (8,3%) dibandingkan perempuan. Di sisi lain, jenis kelamin perempuan lebih banyak mengalami kecenderungan *fictophilia* di tingkat tinggi (22,5%) hingga sangat tinggi (3,3%) dibandingkan laki-laki. Penjelasan mengapa perempuan lebih cenderung untuk tertarik pada orang lain dan cenderung menciptakan hubungan yang lebih bermakna dibandingkan laki-laki dapat ditemukan dari penelitian Bhargava (2024) yang menemukan bahwa perempuan mungkin lebih sering mengalami cinta dibandingkan laki-laki. Penelitian ini menganalisis data dari orang dewasa yang melaporkan aktivitas sosial

dan emosinya setiap 30 menit selama 10 hari. Perempuan melaporkan perasaan cinta dalam 4% tanggapan, sementara laki-laki hanya melaporkan perasaan cinta dalam 2,3% tanggapan. Penjelasan lain mengapa perempuan lebih menghargai hubungan dibandingkan laki-laki berakar pada peran dan sosialisasi gender tradisional. Perempuan secara historis telah disosialisasikan untuk memprioritaskan hubungan dan usaha emosional dalam hubungan tersebut, yang mungkin mengarah pada penekanan yang lebih besar pada pentingnya hubungan dalam kehidupannya (Howard, 2018). Berdasarkan beberapa penjelasan tersebut, perempuan lebih cenderung untuk tertarik secara emosional dan membangun hubungan dibandingkan laki-laki. Ketertarikan dan pembangunan hubungan ini juga dapat ditujukan kepada karakter fiksi yang dapat mengarah pada terjadinya kecenderungan *fictophilia* yang lebih tinggi pada perempuan daripada laki-laki.

Kecenderungan *fictophilia* ini juga dipengaruhi oleh adanya konsumsi media yang menunjukkan berbagai macam karakter fiksional menarik. Media seperti *video game* dan animasi, karakterisasi atau proses pembuatan karakter memiliki kaitan dengan adanya pengaruh budaya media Jepang seperti *anime*. Asimilasi dan integrasi budaya media Jepang seperti *anime* ke Indonesia merupakan proses yang dipengaruhi oleh berbagai faktor. Penggunaan platform media sosial, seperti *Twitter* dengan *hashtag* seperti *#anime* telah memfasilitasi promosi dan diskusi *anime* Jepang, yang mengarah pada pertukaran lintas budaya dan pertumbuhan penggemar dan *fandom* di Indonesia. Fenomena ini memungkinkan penggemar untuk terlibat dengan konten *anime*, *cosplay* karakter, dan berdiskusi tentang animasi mendatang serta alur cerita, sehingga memperdalam pemahaman mereka tentang budaya Jepang. Promosi *anime* di media sosial tidak hanya meningkatkan jumlah penggemarnya tetapi juga meningkatkan pemahaman budaya Jepang di kalangan masyarakat Indonesia. Fenomena lintas budaya ini terlihat dari aktifnya para penggemar *anime* di Indonesia dalam diskusi media sosial terkait *anime* sehingga berkontribusi terhadap penyebaran budaya Jepang di Indonesia (Ardyarama et al., 2022). Penyebaran budaya Jepang berupa *anime* yang sangat cepat di Indonesia menghasilkan banyaknya penggemar dan peminat media tersebut. Seringnya paparan terhadap karakter fiksi dalam media ini dapat

menyebabkan beberapa dari penggemarnya mengalami ketertarikan terhadap karakter tersebut hingga menjalin hubungan parasosial yang dapat mengarah pada kecenderungan *fictophilia*.

Jika melihat kecenderungan *fictophilia* dari dampaknya, penelitian ini menemukan bahwa kecenderungan *fictophilia* dapat menyebabkan berbagai dampak. Berdasarkan hasil penelitian, beberapa responden menjawab bahwa karakter fiksi yang mereka sukai/cintai bisa menjadi *support system* bagi responden (3,50%). Bagi responden tersebut menjadikan karakter fiksi yang disukai/cintai sebagai *support system* dalam melampiaskan emosi dari stres yang dialami di kehidupan nyata. Pencarian dukungan sosial ini dapat digambarkan sebagai *coping* yang berfokus pada emosi atau *emotion-focused coping* (Biggs et al., 2017). Menurut penelitian dari Schiffrin & Nelson (2010), stres yang dirasakan berhubungan dengan penurunan kebahagiaan. Oleh karena itu, dengan melakukan aktivitas bersama karakter yang mereka sukai/cintai, responden juga melakukan *emotion-focused coping* yang dapat membantu di dalam menghadapi stres di kehidupan nyata. Aktivitas ini bisa membuat responden terlepas dari tekanan dunia nyata dan bisa merasakan kesenangan atau kebahagiaan pada saat itu. Hal ini terlihat dari banyaknya responden yang menyebutkan bahwa responden merasakan kebahagiaan/kesenangan (34,27%). Dengan demikian, kecenderungan *fictophilia* juga membantu responden sebagai motivasi dalam menghadapi kehidupan (16,78%). Dampak lain yang dirasakan para responden adalah memotivasi perubahan positif (24,48%). Beberapa dari perubahan ini adalah meningkatkan kreativitas, menjadi sumber inspirasi, membantu dalam memahami orang lain, mengatur regulasi emosi, dsb. Hal ini sejalan dengan penelitian Hoffner & Bond (2022) yang menyatakan bahwa hubungan parasosial dapat meningkatkan sikap dan perilaku sehat serta mendorong pengembangan pribadi dan eksplorasi identitas.

Jika melihat dari hasil penelitian, beberapa responden menyebutkan bahwa dampak yang dirasakan adalah obsesi terhadap karakter (20,42%). Berdasarkan penelitian O'Keefe et al. (2017), jika ketertarikan individu pada suatu hal bersifat tetap dan bukan dikembangkan, maka hal ini dapat membatasi ruang lingkup ketertarikan lain yang mungkin ada dan berpotensi menimbulkan ekspektasi yang

maladaptif. Hal ini terlihat dari banyaknya responden yang memiliki ekspektasi yang tidak realistis di dunia nyata (10,56%). Selain itu, dampak lain yang disebutkan oleh beberapa responden adalah kesulitan dalam relasi dengan orang lain (9,15%). Hal ini sejalan dengan penelitian Gleason et al. (2017) yang menyatakan bahwa interaksi parasosial yang tinggi memiliki hubungan dengan kecenderungan yang lebih rendah untuk berkomunikasi dengan orang lain, sehingga hubungan parasosial dapat berkontribusi dalam konflik, ketidakpuasan, dan masalah lain dalam relasi di kehidupan nyata.

Dampak lain yang juga disebutkan oleh beberapa responden adalah kecanduan terhadap media yang memunculkan karakter (7,04%). Berdasarkan hasil penelitian, media yang paling diminati oleh responden yang mengalami kecenderungan *fictophilia* adalah *video game* (34,8%) dan animasi (32,1%). Kedua jenis media ini dapat menimbulkan adanya kecanduan pada penggunaannya. *Video game* sering kali memberikan hadiah dan imbalan secara langsung, sehingga dapat memuaskan pemain dan memperkuat lanjutnya permainan (Lopez-Fernandez et al., 2016). Di sisi lain, animasi dapat membuat penonton menjadi tenggelam sepenuhnya dalam keadaan dan lupa waktu yang berpotensi menyebabkan kecanduan (Ye et al., 2022). Kedua bentuk media tersebut menawarkan pelarian diri bagi pengguna dari kenyataan, di mana responden benar-benar tenggelam dalam dunia yang ajaib dan cerita yang imersif. Hal ini menarik bagi individu yang berusaha menghindari stres atau kesulitan dalam kehidupan nyata (Kim et al., 2022; Zafar, 2018). Kecanduan terhadap media ini bisa semakin intens dengan adanya kecenderungan *fictophilia* yang dialami oleh pengguna media tersebut. Grant et al. (1991) menjelaskan bahwa ketika penonton mengembangkan interaksi parasosial dengan figur media seperti pembawa acara, hubungan ini kemudian memupuk hubungan ketergantungan media yang lebih intens. Oleh karena itu, individu yang menjalin hubungan dengan karakter yang disukai/dicintai akan sering menikmati/mengulang kembali media yang memunculkan karakter tersebut sehingga interaksi dapat berlangsung secara intens dan lama dengannya.

Meskipun penelitian ini maupun penelitian lain belum membahas terkait *subjective well-being* dari individu yang mengalami kecenderungan *fictophilia*,

terdapat beberapa penelitian lain yang mengaitkannya dengan konsep serupa seperti hubungan parasosial. Penelitian Hartmann (2017; dalam Reinecke & Oliver, 2016) menyelidiki dampak fenomena parasosial terhadap *well-being* individu. Penelitian ini membahas bagaimana interaksi parasosial dan hubungan parasosial dengan figur media, meskipun hanya sepihak, dapat berdampak positif pada *well-being* dengan memberikan persahabatan, dukungan emosional, dan *sense of belonging*, yang sangat penting bagi *subjective well-being*. Studi lain oleh Lotun et al. (2024) mengeksplorasi efektivitas hubungan parasosial dalam memenuhi kebutuhan emosional, yang merupakan komponen *subjective well-being*. Individu dengan harga diri tinggi percaya bahwa hubungan parasosial mereka akan responsif terhadap kebutuhan responden ketika mencari hubungan sosial, yang dapat memainkan peran penting dalam kehidupan emosionalnya dan berkontribusi terhadap *well-being* mereka secara keseluruhan. Penelitian ini juga menjelaskan bagaimana hubungan sepihak dengan figur media dapat mendukung kebutuhan psikologis yang kompleks, seperti mengurangi kesepian atau membantu pengaturan emosi, yang berperan penting dalam menjaga *subjective well-being*.

Dalam penyusunan penelitian ini, terdapat beberapa keterbatasan yang mempengaruhi hasil penelitian. Kecenderungan *fictophilia* ditandai dengan adanya perasaan cinta yang berkepanjangan, namun dalam penelitian ini belum ditetapkan batasan terkait lamanya perasaan cinta yang dirasakan oleh individu yang mengalami kecenderungan *fictophilia*. Selain itu, pertanyaan terbuka dalam kuesioner yang berusaha menggali dampak-dampak dari kecenderungan *fictophilia* masih kurang spesifik sehingga penelitian belum dapat menemukan hubungan antara setiap tingkat kecenderungan *fictophilia* dengan dampak-dampaknya. Penelitian ini juga belum dapat mewakili seluruh individu yang mengalami kecenderungan *fictophilia* di Indonesia karena pengumpulan data dilakukan secara lebih intens di Surabaya, Jawa Timur. Hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan untuk kecenderungan *fictophilia* yang terjadi di seluruh Indonesia.

5.2. Simpulan

Penelitian ini berfokus dalam memperoleh gambaran kecenderungan *fictophilia* di Indonesia. Berdasarkan hasil penelitian, sebagian besar individu yang mengalami kecenderungan *fictophilia* di Indonesia berada pada tingkat sedang (45,83%), di mana *fictophilic stigma* (42,50%), *fictophilic behaviors* (42,50%), dan *fictophilic supernormal stimuli* (43,33%) yang dirasakan berada pada tingkat tinggi, sedangkan *fictophilic paradox* (27,50%) dan *fictophilic asexuality* (30,00%) yang dirasakan berada pada tingkat rendah. Faktor terjadinya kecenderungan *fictophilia* yang ditemukan adalah homofili, kebiasaan konsumsi media, dan jenis kelamin. Dampak-dampak dari kecenderungan *fictophilia* yang ditemukan adalah membantu dalam *emotion-focused coping*, menjadi sumber motivasi, obsesi terhadap karakter, kesulitan dalam relasi, dan kecanduan terhadap media.

5.3. Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian ini, beberapa saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

a. Bagi Subjek Penelitian dan Individu yang Mengalami Kecenderungan *Fictophilia*

Melalui penelitian ini, diharapkan agar para subjek penelitian dan semua individu yang mengalami kecenderungan *fictophilia* dapat lebih memahami terkait konsep ini serta faktor-faktor yang mempengaruhi dan dampak-dampak dari kecenderungan *fictophilia* sehingga mereka lebih berusaha mengambil dampak positifnya dan menghindari dampak negatifnya.

b. Bagi Orang-Orang Terdekat dari Individu yang Mengalami Kecenderungan *Fictophilia*

Melalui penelitian ini, diharapkan agar orang-orang terdekat dari individu yang mengalami kecenderungan *fictophilia* dapat memahami perasaan dan pengalaman mereka serta dapat memberikan dukungan sehingga mereka tidak merasa sendirian atau terkucilkan dari lingkungan sekitar atau masyarakat.

c. Bagi *Developer Video Game* dan Animasi

Melalui penelitian ini, diharapkan agar *developer video game* dan animasi dapat memberikan peringatan atau pemberitahuan kepada penggunanya sehingga para peminat media tersebut tidak semakin tenggelam dalam kecenderungan *fictophilia* terhadap karakter fiksi.

d. Bagi Penelitian Selanjutnya

Melalui penelitian ini, diharapkan agar penelitian selanjutnya bisa mencari responden dengan jumlah yang proporsional baik berdasarkan usia maupun domisili sehingga dapat memperoleh hasil yang lebih mewakili para individu yang mengalami kecenderungan *fictophilia* di Indonesia. Penelitian selanjutnya juga bisa menggunakan metode kualitatif terhadap individu yang mengalami kecenderungan *fictophilia* di tingkat rendah, sedang, maupun tinggi untuk memperkaya data terkait dampak-dampak yang dirasakan di setiap tingkatan tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Allbritton, D. W., & Gerrig, R. J. (1991). Participatory Responses in Text Understanding. *Journal of Memory and Language*, 30(5). [https://doi.org/10.1016/0749-596X\(91\)90028-I](https://doi.org/10.1016/0749-596X(91)90028-I)
- Alvinindyta, A. (2018). An Analysis of Protagonist and Antagonist Characters in Carroll's Alice's Adventure in Wonderland. *Institutional Repositories & Scientific Journals*.
- Anasta, P. C. (2022, June 21). *Apa Itu Waifu dan Husbu? Mari Berkenalan dengan Istilah Ini dalam Dunia Anime dan Manga*. Kompas.Com. <https://buku.kompas.com/read/1535/apa-itu-waifu-dan-husbu-mari-berkenalan-dengan-istilah-ini-dalam-dunia-anime-dan-manga>
- Ardyarama, R., Junaedi, F., & Sukmono, F. G. (2022). The Cross-Cultural Acceptance of Japanese Animation, Analysis of Social Media. *Communications in Computer and Information Science*, 1654 CCIS, 249–256. https://doi.org/10.1007/978-3-031-19679-9_31
- Azwar, S. (2016). Reliabilitas dan Validitas Aitem. In *Buletin Psikologi* (Vol. 3, Issue 1). Pustaka Pelajar.
- Bhargava, S. (2024). Experienced Love: An Empirical Account. *Psychological Science*, 35(1), 7–20. <https://doi.org/10.1177/09567976231211267>
- Biggs, A., Brough, P., & Drummond, S. (2017). Lazarus and Folkman's Psychological Stress and Coping Theory. *The Handbook of Stress and Health*, 349–364. <https://doi.org/10.1002/9781118993811.CH21>
- Cambridge University Press. (n.d.). *Fandom*. Cambridge Dictionary. Retrieved November 25, 2023, from <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/fandom>
- Cohen, J. (1997). Parasocial Relations and Romantic Attraction: Gender and Dating Status Differences. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 41(4). <https://doi.org/10.1080/08838159709364424>
- Cohen, J. (2001). Defining Identification: A Theoretical Look at the Identification of Audiences with Media Characters. *Mass Communication and Society*, 4(3). https://doi.org/10.1207/s15327825mcs0403_01
- Cole, T., & Leets, L. (1999). Attachment Styles and Intimate Television Viewing: Insecurely Forming Relationships in a Parasocial Way. *Journal of Social and Personal Relationships*, 16(4). <https://doi.org/10.1177/0265407599164005>
- Collins. (n.d.). *Fictional Character*. Collins English Dictionary. Retrieved November 25, 2023, from <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/fictional-character>
- Derrick, J. L., Gabriel, S., & Tippin, B. (2008). Parasocial Relationships and Self-Discrepancies: Faux Relationships Have Benefits for Low Self-Esteem Individuals. *Personal Relationships*, 15(2). <https://doi.org/10.1111/j.1475-6811.2008.00197.x>
- DiBattista, M. (2011). Novel Characters: A Genealogy. *Choice Reviews Online*, 48(10). <https://doi.org/10.5860/choice.48-5513>

- Dooley, B., & Ueno, H. (2022). *This Man Married a Fictional Character. He'd Like You to Hear Him Out*. New York Times. <https://www.nytimes.com/2022/04/24/business/akihiko-kondo-fictional-character-relationships.html>
- Ferguson, N. (2017). The False Prophecy of Hyperconnection: How to Survive the Networked Age. *Foreign Affairs*, 96(5).
- Fiction*. (2023, October 23). Wikipedia. <https://en.wikipedia.org/wiki/Fiction>
- Giles, D. C. (2002). Parasocial Interaction: A Review of the Literature and a Model for Future Research. In *Media Psychology* (Vol. 4, Issue 3). https://doi.org/10.1207/S1532785XMEP0403_04
- Giles, D. C., & Maltby, J. (2004). The Role of Media Figures in Adolescent Development: Relations Between Autonomy, Attachment, and Interest in Celebrities. *Personality and Individual Differences*, 36(4). [https://doi.org/10.1016/S0191-8869\(03\)00154-5](https://doi.org/10.1016/S0191-8869(03)00154-5)
- Giles, D., & Maltby, J. (2006). Praying at the Altar of the Stars. *Psychologist*, 19(2).
- Gleason, T. R., Theran, S. A., & Newberg, E. M. (2017). Parasocial Interactions and Relationships in Early Adolescence. *Frontiers in Psychology*, 8(FEB). <https://doi.org/10.3389/FPSYG.2017.00255>
- Grant, A. E., Guthrie, K. K., & Ball-Rokeach, S. J. (1991). Television Shopping. *Communication Research*, 18(6), 773–798. <https://doi.org/10.1177/009365091018006004>
- Green, M. C., Brock, T. C., & Kaufman, G. F. (2004). Understanding Media Enjoyment: The Role of Transportation into Narrative Worlds. *Communication Theory*, 14(4). <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2004.tb00317.x>
- Haglund, V. (2012). Character Development and Its Utilization for Convergent Media Formats. *Gotland University*.
- Hartmann, T., & Goldhoorn, C. (2011). Horton and Wohl Revisited: Exploring Viewers' Experience of Parasocial Interaction. *Journal of Communication*, 61(6). <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2011.01595.x>
- Hoffner, C. A., & Bond, B. J. (2022). Parasocial Relationships, Social Media, & Well-Being. *Current Opinion in Psychology*, 45, 101306. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2022.101306>
- Horton, D., & Wohl, R. R. (1956). Mass Communication and Para-Social Interaction. *Psychiatry*, 19(3), 215–229. <https://doi.org/10.1080/00332747.1956.11023049>
- Howard, L. (2018, November 8). *Why Are Women Still Doing More Emotional Labor Than Men In Relationships?* Bustle. <https://www.bustle.com/p/why-are-women-still-doing-more-emotional-labor-than-men-in-relationships-12644099>
- Jenkins, H. (1992). Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture. In *Les cultes médiatiques*. Routledge.
- Johari, N. T. (2020). *10 Karakter Anime Pria Idaman untuk Menghabiskan Hari Natal Bersama*. Nawala Karsa. <https://nawalakarsa.id/animanga/10-karakter-anime-pria-idaman-untuk-menghabiskan-hari-natal-bersama/>

- Johnson, D. (2009). Franchise Histories: Marvel, X-Men, and the Negotiated Process of Expansion. In *Convergence Media History*. <https://doi.org/10.4324/9780203883433>
- Karhulahti, V. M., & Välisalo, T. (2021). Fictosexuality, Fictoromance, and Fictophilia: A Qualitative Study of Love and Desire for Fictional Characters. *Frontiers in Psychology, 11*. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.575427>
- Kim, D., Nam, J. E. K., & Keum, C. (2022). Adolescent Internet gaming addiction and personality characteristics by game genre. *PLOS ONE, 17*(2), e0263645. <https://doi.org/10.1371/JOURNAL.PONE.0263645>
- Klimmt, C., Hartmann, T., & Schramm, H. (2013). Parasocial Interactions and Relationships. In *Psychology of Entertainment*. <https://doi.org/10.1002/9781405186407.wbiecp006.pub3>
- Liebers, N., & Schramm, H. (2017). Friends in Books: The Influence of Character Attributes and the Reading Experience on Parasocial Relationships and Romances. *Poetics, 65*. <https://doi.org/10.1016/j.poetic.2017.10.001>
- Litner, J. (2022). *Parasocial Relationships: Definition and More I Psych Central*. PsychCentral. <https://psychcentral.com/health/parasocial-relationships>
- Lotun, S., Lamarche, V. M., Matran-Fernandez, A., & Sandstrom, G. M. (2024). People Perceive Parasocial Relationships to Be Effective at Fulfilling Emotional Needs. *Nature*. <https://doi.org/10.1038/s41598-024-58069-9>
- Lou, C., & Kim, H. K. (2019). Fancying the New Rich and Famous? Explicating the Roles of Influencer Content, Credibility, and Parental Mediation in Adolescents' Parasocial Relationship, Materialism, and Purchase Intentions. *Frontiers in Psychology, 10*. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.02567>
- Maslej, M. M., Oatley, K., & Mar, R. A. (2017). Creating Fictional Characters: The Role of Experience, Personality, and Social Processes. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts, 11*(4). <https://doi.org/10.1037/aca0000094>
- McCutcheon, L. E., Ashe, D. D., Houran, J., & Maltby, J. (2003). A Cognitive Profile of Individuals Who Tend to Worship Celebrities. *The Journal of Psychology, 137*(4), 309–322. <https://doi.org/10.1080/00223980309600616>
- McCutcheon, L. E., Lange, R., & Houran, J. (2002). Conceptualization and Measurement of Celebrity Worship. *British Journal of Psychology, 93*(1), 67–87. <https://doi.org/10.1348/000712602162454>
- McCutcheon, L. E., Zsila, Á., & Demetrovics, Z. (2021). Celebrity Worship and Cognitive Skills Revisited: Applying Cattell's Two-Factor Theory of Intelligence in a Cross-Sectional Study. *BMC Psychology, 9*(1), 174. <https://doi.org/10.1186/s40359-021-00679-3>
- Merriam-Webster. (n.d.). *Fictional*. Merriam-Webster.Com Dictionary. Retrieved November 25, 2023, from <https://www.merriam-webster.com/dictionary/fictional>
- Murray, W. (2022). *New Thriveworks Research on Parasocial Relationships in Us / Thriveworks*. Thriveworks Counseling. <https://thriveworks.com/blog/new-thriveworks-research-shows-abundance-of-parasocial-relationships-in-the-us/>
- Nguyen, T., Khadadeh, M., & Jeong, D. C. (2023). *Shippers and Kinnies: Reconceptualizing Parasocial Relationships with Fictional Characters in Contemporary Fandom*. <https://doi.org/10.1145/3582437.3582476>

- Nugroho, R. (2020, September 11). *Anime Fandom in Indonesia: Communities which Emerged from Piracy and Illegal Consumption — Part 1*. Medium. <https://medium.com/@rndmwrks/anime-fandom-in-indonesia-communities-which-emerged-from-piracy-and-illegal-consumption-part-1-9f7f0113dfea>
- Nurhayati-Wolff, H. (2022a, January 24). *Video Viewers in Indonesia by Age Group and Platform*. Statista. <https://www.statista.com/statistics/1258266/indonesia-video-viewers-by-age-group-and-platform/>
- Nurhayati-Wolff, H. (2022b, July 19). *Online Gamers in Indonesia by Age Group*. Statista. <https://www.statista.com/statistics/1117565/indonesia-age-breakdown-of-online-gamers/>
- Nuyens, F. M., Kuss, D. J., Lopez-Fernandez, O., & Griffiths, M. D. (2020). The Potential Interaction Between Time Perception and Gaming: A Narrative Review. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 18(5). <https://doi.org/10.1007/s11469-019-00121-1>
- Oatley, K. (2012, May 29). *Books as Friends*. Psychology Today. <https://www.psychologytoday.com/us/blog/the-psychology-fiction/201205/books-friends>
- O’Keefe, P. A., Horberg, E. J., & Plante, I. (2017). The Multifaceted Role of Interest in Motivation and Engagement. In *The Science of Interest*. https://doi.org/10.1007/978-3-319-55509-6_3
- Pujiyanto, Priyatmono, D., Sayyidi, & Rofiq, A. (2008). *Teknologi Animasi*. SMK Negeri 2 Cikarang Barat.
- Putri, T. (2024, March 5). *Dunia Games and FanMate Introduced as Activity Partners at Indonesia Anime Con 2024! | Dunia Games*. Dunia Games. <https://duniagames.co.id/discover/article/dunia-games-fanmate-activity-partner-indonesia-anime-con-2024/en>
- Rahman, D. F. (2022, August 17). *10 Negara dengan Pemain Video Game Terbanyak, RI Peringkat Berapa?* Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/08/17/10-negara-dengan-pemain-video-game-terbanyak-ri-peringkat-berapa>
- Rain, M., & Mar, R. A. (2021). Adult Attachment and Engagement With Fictional Characters. *Journal of Social and Personal Relationships*, 38(9). <https://doi.org/10.1177/02654075211018513>
- Rasihani, F. F. (2022, May 10). *5 Negara dengan Jumlah Wibu Terbanyak di Dunia, Cari Tahu Indonesia Ada di Peringkat ke Berapa*. Kompas.Com. <https://buku.kompas.com/read/1441/5-negara-dengan-jumlah-wibu-terbanyak-di-dunia-cari-tahu-indonesia-ada-di-peringkat-ke-berapa>
- Rechsteiner, A. (2020). The History of Video Games. *Swiss History Blog - Swiss National Museum*.
- Reinecke, L., & Oliver, M. B. (2016). The Routledge Handbook of Media Use and Well-Being: International Perspectives on Theory and Research on Positive Media Effects. In *The Routledge Handbook of Media Use and Well-Being: International Perspectives on Theory and Research on Positive Media Effects*. <https://doi.org/10.4324/9781315714752>

- Schiffirin, H. H., & Nelson, S. K. (2010). Stressed and Happy? Investigating the Relationship Between Happiness and Perceived Stress. *Journal of Happiness Studies*, 11(1). <https://doi.org/10.1007/s10902-008-9104-7>
- Slater, M. D., Ewoldsen, D. R., & Woods, K. W. (2018). Extending Conceptualization and Measurement of Narrative Engagement After-the-Fact: Parasocial Relationship and Retrospective Imaginative Involvement. *Media Psychology*, 21(3). <https://doi.org/10.1080/15213269.2017.1328313>
- Steuer, G. S. (2017). Evolutionary Theory and Reactions to Mass Media: Understanding Parasocial Attachment. *Psychology of Popular Media Culture*, 6(2). <https://doi.org/10.1037/ppm0000116>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tukachinsky, R., Walter, N., & Saucier, C. J. (2021). Antecedents and Effects of Parasocial Relationships: A Meta-Analysis. *Journal of Communication*, 70(6). <https://doi.org/10.1093/JOC/JQAA034>
- Wang, Q., Fink, E. L., & Cai, D. A. (2008). Loneliness, Gender, and Parasocial Interaction: A Uses and Gratifications Approach. *Communication Quarterly*, 56(1). <https://doi.org/10.1080/01463370701839057>
- We Level Up FL. (2022). *Fictophilia Mental Health*. We Level Up FL Treatment Center. <https://welevelupfl.com/behavioral-health/fictophilia-mental-health/>
- Wells, C. F., & Morris, W. (1970). The American Heritage Dictionary of the English Language. *The English Journal*, 59(6). <https://doi.org/10.2307/812832>
- Xia, G., Qin, Z., & Hu, J. (2021). Literature Review of Celebrity Worship. In *Lecture Notes on Data Engineering and Communications Technologies* (Vol. 78). https://doi.org/10.1007/978-3-030-79203-9_54
- Ye, J. H., Wu, Y. T., Wu, Y. F., Chen, M. Y., & Ye, J. N. (2022). Effects of Short Video Addiction on the Motivation and Well-Being of Chinese Vocational College Students. *Frontiers in Public Health*, 10, 847672. <https://doi.org/10.3389/FPUBH.2022.847672/BIBTEX>
- Zafar, N. (2018). Cartoon Addiction and Executive Functioning in School Going Children. *Global Journal of Addiction & Rehabilitation Medicine*, 5(4). <https://doi.org/10.19080/gjarm.2018.05.555670>