

Analisis Fenomena Parasosial Penggemar Idol K-Pop melalui Tren Foto dan Video dengan Teknologi Polaroid Gemini AI

Adisa Stephany¹, Melisa Arisanty²

¹ Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Terbuka

Email Penulis Korespondensi: 044483227@ecampus.ut.ac.id

Submitted: 99/99/9999; Accepted: 99/99/9999; Published: 99/99/9999

Abstrak

Penelitian ini menganalisis fenomena hubungan parasosial penggemar K-Pop di Indonesia melalui penggunaan teknologi Polaroid Gemini AI dalam produksi foto dan video digital. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif fenomenologis, penelitian ini melibatkan tiga partisipan penggemar aktif grup Seventeen yang dipilih melalui teknik purposive sampling. Setelah mengumpulkan data penelitian melalui wawancara mendalam, observasi digital, dan perekaman visual, teknik model interaktif Miles dan Huberman digunakan untuk analisis. Melalui proses *AI-mediated intimacy* dan *immersive parasociality*, hasilnya menunjukkan bagaimana teknologi kecerdasan buatan telah mengubah koneksi parasosial dari konsumsi konten pasif semata menjadi interaksi visual partisipatif, memperkuat kesan kedekatan. Peningkatan kesejahteraan emosional, motivasi diri, dan pengembangan komunitas afektif daring merupakan indikator manfaat restoratif yang dialami oleh para penggemar. Namun, ada juga kerugian yang terkait dengan dinamika ini, seperti ketergantungan psikologis, persepsi realitas yang menyimpang, dan pembentukan dilema moral dalam perilaku penggemar. Selain memberikan wawasan yang berguna untuk meningkatkan literasi emosional digital dan menciptakan ekosistem media yang lebih bermoral di era AI, temuan ini memperluas kerangka teoritis *Parasocial Interaction* ke bidang *Digital Parasocial Relationship* yang dimediasi oleh AI.

Kata kunci: AI-Mediated Intimacy, Hubungan Parasosial, Immersive Parasociality, K-Pop, Kecerdasan Buatan, Penggemar Digital

Abstract

This study analyzes the phenomenon of parasocial relationships among K-Pop fans in Indonesia through the use of Polaroid Gemini AI technology in digital photo and video production. Using a qualitative phenomenological approach, this study involved three participants, active fans of the group Seventeen, selected through a purposive sampling technique. After collecting research data through in-depth interviews, digital observation, and visual recording, the Miles and Huberman interactive model technique was used for analysis. Through the process of AI-mediated intimacy and immersive parasociality, the results show how artificial intelligence technology has transformed parasocial connections from purely passive content consumption to participatory visual interactions, strengthening the sense of closeness. Increased emotional well-being, self-motivation, and the development of a courageous affective community are indicators of the restorative benefits experienced by fans. However, there are also disadvantages associated with this dynamic, such as psychological dependence, distorted perceptions of reality, and the formation of moral dilemmas in fan behavior. In addition to providing useful insights for improving digital emotional literacy and creating a more moral media ecosystem in the AI era, these findings extend the theoretical framework of Parasocial Interaction to the field of AI-mediated Digital Parasocial Relationships.

Keywords: *Ai-Mediated Intimacy, Artificial Intelligence, Immersive Parasociality, Digital Fans, K-Pop, Parasocial Relationships*

1. PENDAHULUAN

Pada ranah global K-Pop berkembang sebagai budaya populer yang memiliki pengaruh kuat dalam membentuk pola komunikasi digital lintas wilayah. Ramadhani dan Purwaningtyas (2024) menjelaskan bahwa arus hallyu mendorong peningkatan konsumsi media serta memperdalam keterlibatan emosional penggemar melalui berbagai platform daring sehingga penggemar membangun interaksi yang terasa dekat meskipun

hubungan tersebut tidak berlangsung dua arah secara langsung. Peran media visual menghadirkan kedekatan simbolik antara idola dan penggemar sehingga K-Pop relevan digunakan untuk mengkaji dinamika hubungan parasosial dalam media kontemporer.

Di Indonesia pertumbuhan penggemar K-Pop berjalan seiring dengan meningkatnya akses internet serta kemudahan penggunaan media sosial. Putri (2024) menunjukkan bahwa interaksi digital berlangsung intens melalui TikTok Instagram dan X sehingga paparan konten visual membentuk keterikatan emosional yang kuat dan dimaknai sebagai komunikasi personal. Kondisi ini memperkuat hubungan parasosial antara penggemar dan idola dalam konteks lokal.

Dalam konteks daerah hubungan parasosial muncul dalam bentuk keterikatan emosional yang kadang bernuansa romantis. Rahmawati dan Hermina (2024) menemukan bahwa penggemar K-Pop di Kalimantan Selatan membangun kedekatan emosional yang menciptakan ilusi hubungan personal sehingga fenomena ini berkaitan dengan kebutuhan afeksi dan pembentukan identitas sosial. Media berperan besar dalam membentuk pengalaman emosional penggunanya.

Interaksi parasosial turut memengaruhi perilaku konsumsi penggemar di Indonesia. Ramadhani dan Purwaningtyas (2024) mencatat bahwa penggemar yang merasakan kedekatan parasosial cenderung lebih aktif membeli produk serta merchandise eksklusif sehingga ikatan emosional dimanfaatkan industri hiburan sebagai strategi pemasaran digital. Kondisi ini menunjukkan keterkaitan yang kuat antara aspek psikologis dan ekonomi dalam fandom K-Pop.

Di sisi lain beberapa penelitian menyoroti dampak sosial yang bersifat positif. Purba dan Solekhah (2024) menunjukkan bahwa komunitas penggemar membangun dukungan serta solidaritas melalui interaksi daring sehingga fandom berfungsi sebagai ruang sosial bagi individu dengan minat yang sama. Temuan ini memperlihatkan bahwa hubungan parasosial tidak selalu berdampak negatif.

Perkembangan teknologi digital mengubah karakter hubungan parasosial secara mendasar. Sysca dan Dwivayani (2024) menjelaskan bahwa platform seperti Weverse memperkuat kesan keintiman melalui akses dan komunikasi eksklusif sehingga intensitas hubungan parasosial menjadi lebih tinggi dibandingkan media tradisional. Teknologi menjadi unsur penting dalam dinamika parasosial modern.

Budaya fandom global turut membentuk identitas penggemar di Indonesia di luar ruang digital. Mawardani dan Sudrajat (2024) menyebutkan bahwa identitas penggemar K-Pop merupakan perpaduan nilai lokal dan Korea yang mencerminkan hibriditas budaya serta memperkuat rasa keterikatan komunitas. Oleh karena itu kajian parasosial perlu mempertimbangkan konteks budaya.

Dari sudut pandang pemasaran hubungan parasosial berperan dalam membangun loyalitas penggemar. Wirdah dkk. (2023) menunjukkan bahwa koneksi simbolik dengan idola meningkatkan partisipasi komunitas serta komitmen jangka panjang sehingga strategi pemasaran digital banyak bertumpu pada loyalitas ini. Pemahaman psikologis menjadi penting dalam industri hiburan.

Meski demikian dampak teknologi generatif terutama visual berbasis AI terhadap pengalaman parasosial masih jarang dikaji. Sysca dan Dwivayani (2024) menyebutkan bahwa penelitian lebih banyak berfokus pada teks aplikasi eksklusif atau media sosial padahal visual generatif berpotensi memperkuat rasa keintiman. Celah penelitian ini menjadi penting untuk ditelaah lebih lanjut.

Teknologi kecerdasan buatan seperti Polaroid Gemini memungkinkan penggemar menciptakan gambar atau video idola dengan tingkat realisme tinggi. Kondisi ini membuat batas antara konten asli dan rekonstruksi digital semakin kabur serta berpotensi meningkatkan PSR. Rahmawati dan Hermina (2024) menegaskan bahwa situasi ini memunculkan pertanyaan penting mengenai dampaknya terhadap masyarakat dan proses kognitif individu.

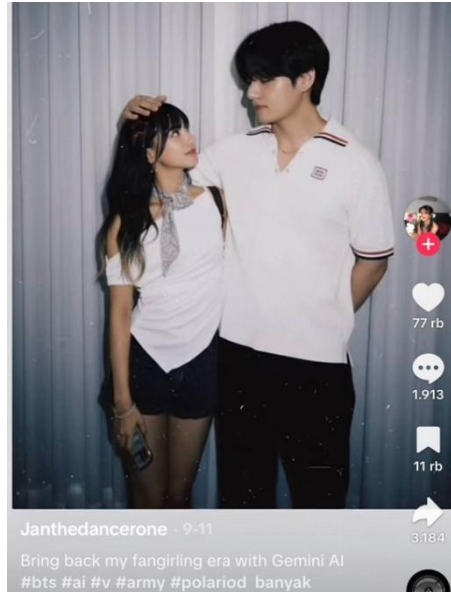


Foto Pertama

Fenomena pemanfaatan teknologi Polaroid Gemini AI dalam fandom K-Pop tampak jelas melalui konten media sosial salah satunya unggahan TikTok akun @janthedancerone yang menampilkan foto hasil AI generatif dengan caption “Bring back my fangirling era with Gemini AI #bts #ai #v #army #polariod banyak”. Konten tersebut memperlihatkan visual yang menyerupai momen romantis antara pengguna dan idol K-Pop sehingga teknologi AI menghadirkan ruang bagi penggemar untuk mewujudkan fantasi parasosial dalam bentuk gambar yang terasa nyata. Representasi visual ini menunjukkan bagaimana proses penciptaan konten tidak lagi bersifat pasif melainkan dibangun secara aktif oleh penggemar.

Perolehan 77 ribu likes dan 1.913 komentar menegaskan tingginya keterlibatan pengguna dan popularitas praktik ini di kalangan penggemar K-Pop Indonesia. Penggunaan tagar seperti #bts #army dan #polariod memperlihatkan bahwa praktik ini telah menjadi tren yang mapan dalam komunitas fandom di platform digital. Pratama dan Wijaya (2024) mencatat bahwa pemanfaatan AI generatif dalam fandom di Indonesia meningkat 340% pada tahun 2023 dengan dominasi pengguna usia 18–25 tahun yang sebagian besar merupakan penggemar K-Pop sehingga viralnya konten serupa memperkuat temuan tersebut.

Kondisi ini menunjukkan bahwa Polaroid Gemini AI tidak hanya dimanfaatkan secara pribadi tetapi juga diposisikan sebagai praktik sosial yang dibagikan dalam komunitas fandom. Penggemar membangun budaya digital baru melalui produksi dan konsumsi konten AI generatif sebagai bentuk penegasan identitas dan loyalitas terhadap idol K-Pop. Praktik ini memperlihatkan pergeseran cara penggemar mengekspresikan kedekatan emosional dalam ruang digital yang semakin visual.

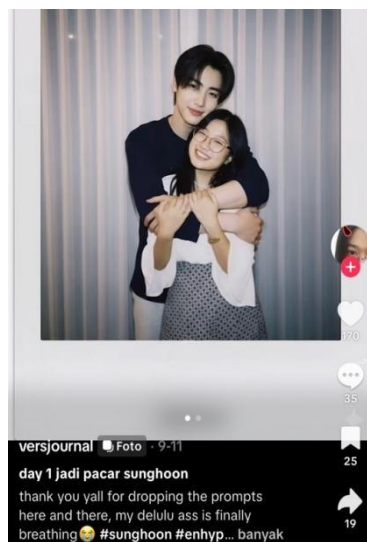


Foto Kedua

Foto pertama berasal dari unggahan akun @versjournal yang memperlihatkan visual dua individu dalam posisi saling berpelukan dengan latar tirai vertikal abu-abu sehingga adegan tersebut membangun kesan intim yang kuat. Unggahan ini mendapatkan 170 likes serta 35 komentar yang menandakan keterlibatan audiens cukup aktif terhadap konten yang ditampilkan. Caption dengan frasa “day 1 jadi pacar sunghoon” membingkai foto dalam narasi personal bernuansa romantis yang dikaitkan langsung dengan referensi budaya populer Korea. Kehadiran tagar #sunghoon dan #enhyp menunjukkan praktik fanfiction atau role-playing yang merujuk pada idola K-Pop dari grup ENHYPEN. Ungkapan apresiasi dalam caption “thank you yall for dropping the prompts” menegaskan bahwa konten ini dibentuk sebagai respons atas masukan pengikut. Pola tersebut mencerminkan hubungan timbal balik antara kreator dan audiens dalam dinamika media sosial kontemporer.

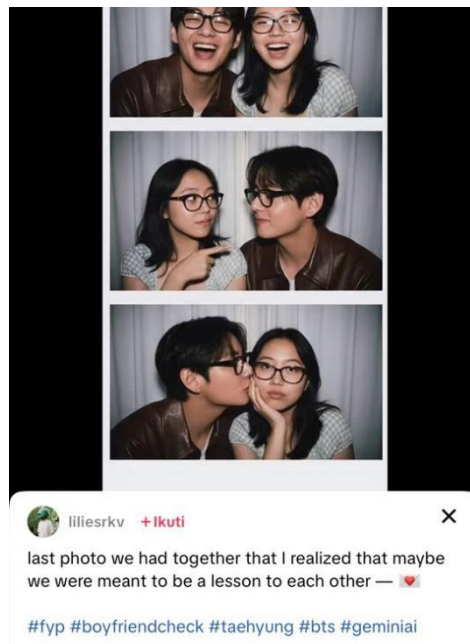


Foto ketiga

Foto kedua diunggah oleh akun @liliesrkv dengan format photo strip yang menampilkan tiga bingkai berurutan berisi interaksi dua individu di ruang photo booth sehingga narasi visual terbentuk secara runtut. Penggunaan fitur “+Ikuti” membuat konten ini dapat diakses oleh pengguna yang belum menjadi pengikut sehingga pemilik akun secara aktif memperluas jangkauan audiens. Caption berbahasa Inggris “last photo we had together that I realized that maybe we were meant to be a lesson to each other” membangun refleksi emosional bernuansa sedih yang menandai akhir hubungan.

Tagar #fyp #boyfriendcheck #taehyung #bts dan #geminiai digunakan sebagai strategi meningkatkan visibilitas algoritmik sekaligus mengaitkan pengalaman personal dengan figur publik K-Pop. Perbedaan makna temporal antara unggahan pertama yang menandai awal hubungan dan unggahan kedua yang menegaskan fase penutup menggambarkan spektrum emosi dalam dokumentasi digital relasi interpersonal. Pola ini menunjukkan bagaimana media sosial menjadi ruang pencatatan perjalanan emosional yang bersifat naratif.

Kajian mengenai interaksi parasosial berbasis AI menjadi relevan di Indonesia karena besarnya basis penggemar K-Pop serta cepatnya adopsi teknologi generatif oleh pengguna internet (Purba & Solekhah, 2024). Intensitas komunikasi visual mendorong remaja membangun kedekatan emosional dengan idola yang kemudian memengaruhi identitas sosial digital mereka (Wulandari dkk., 2023). Keterlibatan aktif dalam komunitas fandom di platform seperti TikTok dan X memperkuat legitimasi konten AI sebagai sarana interaksi sehingga penguatan parasosial sangat dipengaruhi dukungan komunitas digital (Putri, 2024).

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengkaji pengalaman subjektif penggemar K-Pop dalam membangun interaksi parasosial melalui gambar dan video hasil teknologi AI Polaroid Gemini dengan pendekatan kualitatif deskriptif berdesain fenomenologis. Pendekatan ini dipilih karena peneliti menelusuri makna pengalaman dan pembentukan realitas sosial yang muncul dari pertukaran emosi serta interaksi digital dalam budaya fandom (Sugiyono, 2016). Pendekatan fenomenologis membantu peneliti menggali persepsi pengalaman dan penafsiran partisipan secara mendalam terhadap fenomena yang dialami (Moleong, 2011).

Penentuan partisipan dilakukan secara purposive agar karakteristik responden sesuai dengan fokus kajian yaitu penggemar K-Pop aktif yang memproduksi konten visual berbasis AI (Bungin, 2020). Sumber data penelitian meliputi data primer berupa wawancara mendalam observasi digital dan dokumentasi visual serta data sekunder berupa literatur akademik dan unggahan media sosial yang relevan. Analisis data dilakukan dengan model interaktif Miles dan Huberman melalui tahap peringkasan penyajian dan penarikan makna.

Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber dan metode guna memastikan konsistensi serta kredibilitas temuan. Pendekatan ini memungkinkan peneliti memahami realitas sosial dan makna emosional yang terbentuk antara penggemar dan idola dalam konteks perkembangan teknologi kecerdasan buatan di budaya populer (Sukendro et al., 2024).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Fondasi Hubungan Parasosial dan Motivasi Penggunaan Polaroid Gemini AI

Berdasarkan hasil wawancara dengan tiga partisipan, terlihat bahwa dorongan utama mereka menggunakan Polaroid Gemini AI berasal dari kebutuhan untuk merasa dekat dengan idola dan mengikuti arus tren fandom. Ketiganya mengaku mengakses konten idol setiap hari, baik melalui TikTok, Instagram, maupun YouTube, karena hal itu sudah menjadi bagian dari rutinitas yang menyenangkan dan memotivasi.

No	Narasumber	Pernyataan Penting	Makna/Temuan
1.	Adex	"Aku suka BTS karena mereka pekerja keras banget dan ganteng"	Kekaguman memicu ikatan emosional yang kuat
2.	Anindita	"Mereka tuh bikin aku happy dan semangat tiap liat konten mereka"	Media menjadi sumber energi emosional positif
3.	Novita	"Konten BTS tuh bikin moodboster dan bikin termotivasi"	Konsumsi konten menjadi cara menyalurkan stres

Adex menyebut dirinya sering merasa takut tertinggal tren saat tidak mengikuti update tentang BTS. Pernyataan "Aku fomo banget kalo ga ikutan tren yang lagi rame" menunjukkan bahwa partisipasi dalam fenomena digital bukan sekadar hiburan, tapi bagian dari identitas sosial. Sementara itu, Anindita menuturkan, "Aku bikin video pakai Gemini AI dan hasilnya kaya nyata banget lagi ngobrol langsung," yang memperlihatkan bagaimana visualisasi buatan menciptakan sensasi kehadiran yang sulit dibedakan dari pengalaman langsung. Novita menyampaikan bahwa ia mulai memakai tren AI karena "lebih realistis dan mendukung kehaluan," yang menggambarkan motivasi ganda antara hiburan dan kebutuhan afektif.

Dari ketiga pandangan tersebut terlihat bahwa dorongan untuk menggunakan Polaroid Gemini AI tidak berdiri sendiri, tetapi tumbuh dari kombinasi antara rasa ingin dekat dengan idola, kebutuhan untuk diakui dalam komunitas fandom, serta rasa penasaran terhadap teknologi baru. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengalaman tersebut memperkuat teori *Uses and Gratifications*, di mana media dipakai bukan hanya untuk memperoleh informasi tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan emosional dan sosial yang lebih dalam.

2. Pengalaman Emosional dan Penguatan Hubungan Parasosial

Ketika membahas pengalaman emosional, seluruh partisipan menggambarkan respons yang serupa: rasa senang, deg-degan, dan terharu ketika melihat hasil foto AI yang menampilkan mereka bersama idola. Reaksi ini menunjukkan bagaimana visual buatan dapat memunculkan sensasi kehadiran yang intens meskipun bersifat ilusi.

No	Narasumber	Pernyataan Penting	Makna/Temuan
1.	Adex	"Perasaannya jadi merasa dekat banget waktu liat foto hasilnya kaya real gitu"	Ilusi visual menimbulkan rasa kedekatan yang nyata
2.	Anindita	"Fotonya bikin deg-degan banget liat hasilnya"	Visual buatan menimbulkan reaksi emosional spontan
3.	Novita	"Buat lucu-lucuan aja sih tapi makin merasa dekat"	Pengalaman emosional ringan memperkuat koneksi simbolik

Adex merasa hubungan parasosialnya meningkat sejak mengikuti tren ini. Ia berkata, "Aku merasa selangkah lebih dekat sama BTS," dan pernyataan itu menggambarkan bentuk keterikatan yang melampaui konsumsi media biasa. Bagi Anindita, kedekatan itu menumbuhkan kebahagiaan dan semangat hidup. Ia mengaku, "Walaupun cuma satu arah, mereka tuh bikin aku semangat hidup," yang memperlihatkan bahwa

hubungan parasosial dapat menjadi sumber energi psikologis yang nyata. Novita pun mengaku bahwa setelah melihat hasil editannya, ia merasa “lebih terhubung sama idol” meskipun sadar semuanya buatan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kecerdasan buatan berperan sebagai jembatan emosional. Visualisasi yang realistis membuat penggemar seolah hidup berdampingan dengan idola, dan pengalaman itu tidak berhenti di layar, tetapi menjelma menjadi sensasi yang terbawa dalam keseharian mereka. Fenomena ini menggambarkan bentuk *embodied realism*, di mana tubuh merespons rangsangan digital seperti pengalaman fisik yang sesungguhnya.

3. Peran Komunitas dan Dampak Loyalitas Penggemar

Komunitas fandom memainkan peran penting dalam memperkuat sekaligus mengatur dinamika hubungan penggemar dengan idol. Dari hasil wawancara, terlihat bahwa dukungan atau penolakan komunitas memengaruhi cara individu mengekspresikan dirinya melalui tren AI.

No	Narasumber	Pernyataan Penting	Makna/Temuan
1.	Adex	“Aku kirim ke semuanya biar orang tau aku foto sama Jungkook, responnya bagus sih”	Komunitas memberi validasi sosial terhadap ekspresi digital
2.	Anindita	“Aku simpen sendiri karena takut fans lain ga suka”	Norma fandom mengatur batas ekspresi pribadi
3.	Novita	“Army banyak yang ga setuju karena ganggu privasi idol”	Komunitas berfungsi sebagai kontrol etika kolektif

Adex menunjukkan bahwa interaksi sosial di komunitas memperkuat rasa bangga menjadi bagian dari fandom. Ketika ia mengirim foto editan ke teman-temannya, ia mendapat tanggapan positif yang menumbuhkan rasa percaya diri. Berbeda dengan Anindita yang memilih menyimpan hasil fotonya karena khawatir menimbulkan reaksi negatif dari penggemar lain. “Aku khawatir ga semua fans bisa nerima,” katanya, yang menunjukkan adanya kesadaran akan etika kolektif dalam komunitas. Novita bahkan menegaskan bahwa “Army itu lebih ketat, karena mereka takut ganggu privasi idol.”

Hasil penelitian ini menggambarkan bahwa komunitas tidak hanya menjadi tempat berbagi minat, tetapi juga ruang moral yang menetapkan batas perilaku. Loyalitas tidak lagi diukur dari seberapa sering mereka membuat konten tentang idol, tetapi seberapa bijak mereka menjaga citra idola dan sesama penggemar. Kesadaran ini memperlihatkan pergeseran makna loyalitas dari sekadar keterlibatan emosional menuju tanggung jawab sosial.

No	Narasumber	Pernyataan Penting	Makna/Temuan
1.	Adex	“Waktu liat hasilnya aku senang banget rasanya kaya real gitu”	Imajinasi menghadirkan pengalaman emosional autentik
2.	Anindita	“Aku kaya lagi ngobrol sama mereka langsung”	Simulasi menumbuhkan sensasi sosial dua arah
3.	Novita	“Imajinasinya jadi bikin halu tapi senang aja”	Fantasi digunakan untuk mengatur keseimbangan emosi

Dari pengalaman tersebut dapat dilihat bahwa kedekatan yang diciptakan melalui AI bukan bentuk khayalan kosong, tetapi strategi emosional untuk menyalurkan rasa kagum dan keterikatan dengan idola. Ketika mereka melihat senyum idol dalam hasil visual buatan, mereka tidak hanya melihat gambar, melainkan menatap refleksi dari perasaan yang telah lama mereka bangun. Hubungan parasosial yang lahir dari simulasi ini menunjukkan bahwa perasaan manusia tidak selalu membutuhkan kontak fisik untuk terasa nyata.

Berdasarkan seluruh temuan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Polaroid Gemini AI menjadi ruang baru tempat penggemar mengelola kedekatan emosional dengan idola. Teknologi ini dimanfaatkan untuk menyalurkan perasaan, membangun interaksi simbolik, dan mengatur emosi pribadi. Melalui proses tersebut, muncul kesadaran etis serta refleksi moral tentang batas privasi dan tanggung jawab sosial. Hubungan parasosial di era kecerdasan buatan tidak lagi bersifat satu arah, melainkan menjadi ruang imajinatif yang hidup, di mana keaslian emosi tetap bertahan meski sumbernya berasal dari simulasi digital.

4. Keterkaitan dengan Konsep Hubungan Interpersonal yang Imajinatif

Fenomena pemakaian Polaroid Gemini AI dapat dipahami lewat gagasan imagined interaction dan simulated relationship ketika individu membayangkan pengalaman sosial melalui tampilan visual. Honeycutt &

Edwards (2019) menjelaskan imagined interaction sebagai latihan batin untuk hubungan nyata dan penelitian ini menunjukkan penggemar memanfaatkan AI untuk melatih rasa dekat dengan idol secara simbolik dan terarah.

Subjek memaknai proses membuat foto atau video AI sebagai keadaan seolah berbicara langsung dengan idol sehingga muncul ilusi hadir bersama figur media. Kondisi ini selaras dengan co-presence illusion yang dibahas Lim (2021) dan Kim (2022) ketika penggemar sadar interaksi bersifat imajinatif tetapi tetap merasakan emosi yang nyata dan hal ini menggambarkan emotional authenticity in simulation karena keaslian perasaan tetap terbentuk meski konteksnya buatan.

Melalui imajinasi bersama yang tumbuh dari pengalaman kolektif komunitas penggemar berperan aktif mendukung proses ini dan menumbuhkan rasa memiliki pada dunia fiksi idol. Penggabungan nilai budaya lokal dan Korea membentuk identitas digital yang oleh Mawardani & Sudrajat (2024) disebut cultural hybridity sehingga koneksi parasosial lahir dalam jaringan sosial yang memberi legitimasi makna.

Kesadaran etis partisipan ikut berkembang seiring meningkatnya literasi digital yang mereka miliki. Penggemar menyadari risiko penyalahgunaan AI seperti deepfake dan hoaks visual sesuai temuan Nurfadhilah & Koesanto (2025) sehingga meski interaksi bersifat imajinatif mereka tetap menilai tindakan melalui kerangka etis yang jelas.

Berdasarkan sintesis seluruh temuan penelitian terbentuk sebuah model konseptual yang menggambarkan pengalaman parasosial yang dimediasi AI:

Tahapan	Deskripsi & Dukungan Penelitian
1. Fondasi Parasosial	Paparan media yang intens berkontribusi pada terbentuknya <i>media intimacy</i> , sebagaimana dikemukakan oleh Sung & Kwon (2020) dan Lim (2021).
2. Motivasi Afektif- Sosial	Dorongan sosial, FOMO, dan estetika memotivasi eksplorasi AI (Bhatiasevi, 2024).
3. Simulasi Visual Realis	Polaroid Gemini AI menghasilkan pengalaman <i>emotional realism</i> serta <i>*elepresence</i> , sebagaimana dijelaskan oleh Park & Lee (2023).
4. Komunitas & Norma Etika	Fandom berperan penting dalam proses validasi moral sekaligus moral balancing, sebagaimana diungkapkan oleh Purba & Solekhah (2024) dan Rahman & Jin (2024).
5. Dampak Psikososial	Loyalitas penggemar meningkat, namun tetap disertai kesadaran etis dan proses refleksi diri, sebagaimana dicatat oleh Wirdah et al. (2023).

Model ini menggambarkan siklus afektif yang terbentuk melalui interaksi dengan teknologi AI:

Paparan digital → Motivasi sosial → Simulasi visual → Validasi komunitas → Loyalitas & refleksi etis.

Siklus ini menunjukkan bahwa teknologi AI tidak sekadar diperkuat oleh hubungan parasosial tetapi hubungan parasosial secara aktif membentuk pola keintiman digital baru yang bersifat imajinatif dan reflektif ketika penggemar mengambil peran sebagai pencipta pengalaman emosional bersama.

1. Transformasi Keintiman : Hubungan antara idola dan penggemar digeser dari pola pasif menuju keterlibatan partisipatif karena teknologi AI memungkinkan emosi disimulasikan secara lebih hidup dan dirasakan secara personal.
2. Kekuatan Emosi Visual : Pengalaman telepresence dan realisme emosi menjadi pendorong utama terbentuknya keterlibatan afektif karena visual AI menghadirkan sensasi hadir yang terasa nyata.
3. Komunitas Sebagai Regulator Moral : Fandom menjalankan peran aktif menjaga keseimbangan antara kebebasan ekspresi diri dan batas etika melalui norma bersama yang disepakati.
4. Kesadaran Etis Digital : Penggemar memperlihatkan kemampuan mengatur diri ketika menghadapi risiko manipulasi visual dan konten buatan dengan tetap mempertimbangkan nilai moral.
5. Kontribusi Teoretis : Penelitian ini memperkenalkan konsep AI Mediated Parasocial Relationship sebagai bentuk kedekatan simbolik yang dibangun melalui visual generatif dan disahkan oleh norma komunitas digital.

Secara umum studi ini memperluas pemahaman tentang Interaksi Parasosial di era kecerdasan buatan ketika ikatan emosional antara individu dan figur media dibentuk melalui pengakuan sosial dan rekayasa visual kolektif dalam ruang digital dan tidak lagi bertumpu pada tatap muka semata.

5. Hubungan Imajinatif dan Makna Parasosial di Era AI

Fenomena Polaroid Gemini AI memperlihatkan bahwa hubungan penggemar dan idola kini bergerak dari konsumsi pasif menuju interaksi imajinatif. Ketika partisipan membuat foto editan bersama idol, mereka sebenarnya sedang membangun ruang batin di mana komunikasi berlangsung secara simbolik.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini memperlihatkan bahwa hubungan parasosial penggemar K Pop di Indonesia mengalami perubahan besar melalui penggunaan teknologi Polaroid Gemini AI. Temuan utama memperlihatkan bahwa intensitas konsumsi media sosial membentuk dasar kuat terbentuknya Parasocial Relationship PSR karena penggemar terpapar konten idola hampir setiap hari melalui berbagai platform sehingga kedekatan emosional terbentuk sebelum interaksi berbasis AI berlangsung.

Alasan penggunaan AI dipengaruhi oleh perpaduan dorongan sosial seperti FOMO tuntutan estetika dan hiburan serta daya tarik visual yang realistis sehingga imajinasi parasosial semakin menguat. Fenomena telepresence meningkat dan hubungan parasosial diperkuat oleh realisme visual karena gambar dan video AI memicu reaksi emosional mulai dari rasa senang hingga dorongan untuk bertemu idola secara langsung dan partisipan merasakan diri mereka selangkah lebih dekat dengan idola setelah melihat hasil AI.

Penelitian ini juga menunjukkan adanya ambivalensi karena penggemar menyadari risiko etis seperti deepfake manipulasi visual penipuan dan pelanggaran privasi idola meski AI memperkuat PSR. Pengalaman interaksi AI dibentuk kuat oleh komunitas penggemar yang berfungsi sebagai ruang validasi sosial sekaligus penjaga norma etika sehingga perbedaan pandangan dalam fandom memengaruhi cara penggemar memahami dan mengekspresikan koneksi parasosial.

Dari sisi dampak teknologi AI memengaruhi loyalitas dan perilaku konsumtif karena beberapa partisipan terdorong menabung mendukung idola atau berupaya bertemu langsung setelah melihat kreasi AI mereka sendiri walau ekspresi loyalitas tetap dibatasi kesadaran moral dan norma komunitas. Secara keseluruhan penelitian ini menunjukkan bahwa AI Polaroid Gemini tidak hanya meningkatkan hubungan parasosial tetapi juga mengubah karakter PSR secara mendasar sehingga batas antara nyata dan imajinatif serta antara otentik dan buatan perlu dipahami kembali dan temuan ini memperkaya kajian teoretis PSR sekaligus membuka diskusi etika privasi dan dampak sosial AI dalam budaya fandom digital Indonesia.

5. SARAN

Berdasarkan temuan penelitian ini peneliti menyampaikan sejumlah rekomendasi yang diarahkan bagi pengembangan kajian lanjutan dan penerapan praktik di lapangan sebagai berikut:

1. Saran Teoritis

Untuk memperoleh gambaran yang lebih mewakili pengalaman parasosial dan pemanfaatan teknologi AI dalam fandom disarankan agar penelitian berikutnya melibatkan jumlah partisipan yang lebih besar dan latar belakang yang lebih beragam.

Temuan kualitatif yang telah dihasilkan melalui wawancara mendalam dapat diperkuat dengan pendekatan metode campuran sehingga data kuantitatif mengenai tingkat PSR persepsi risiko pola penggunaan AI dan dampak psikologis jangka panjang turut dianalisis.

Penelitian selanjutnya dapat diarahkan pada perbedaan budaya dan norma dalam fandom karena variasi sikap terhadap AI di tiap komunitas menunjukkan pentingnya studi komparatif untuk memahami bagaimana standar etika teknologi generatif dibentuk secara berbeda. Kekhawatiran partisipan terkait potensi penyalahgunaan materi AI dan risiko deepfake yang merugikan idola membuka ruang bagi kajian yang lebih fokus pada aspek etika dan hukum.

Pendekatan longitudinal juga disarankan untuk menelaah dampak jangka panjang penggunaan AI terhadap hubungan parasosial dan kesejahteraan psikologis penggemar. Kajian lanjutan dapat menggali faktor yang memengaruhi batas antara keterlibatan yang sehat dan kecenderungan obsesif agar dinamika parasosial dipahami secara lebih menyeluruh.

2. Saran Praktis

Pada tataran praktik komunitas penggemar perlu secara aktif membangun standar etika bersama terkait penggunaan gambar idola dalam materi berbasis AI. Diskusi kelompok yang melibatkan berbagai pihak dibutuhkan untuk merumuskan norma internal yang mencakup perlindungan privasi idola pencegahan konten yang merusak reputasi pemberian penanda jelas pada konten AI dan penghindaran penyebaran informasi yang berisiko.

Peningkatan literasi digital menjadi langkah penting karena sebagian penggemar menikmati materi AI tanpa memahami dampak yang mungkin muncul. Kegiatan komunitas sebaiknya memuat edukasi mengenai teknologi generatif deepfake privasi digital dan penggunaan AI yang bertanggung jawab agar penggemar mampu bersikap lebih bijak.

Perusahaan manajemen idola dan agensi juga diharapkan menyampaikan aturan yang tegas terkait batas penggunaan teknologi AI pada citra artis. Komunikasi yang jelas berpotensi mengurangi ambiguitas moral yang dirasakan penggemar dan membantu mengarahkan perilaku mereka. Platform media sosial turut berperan dengan menyediakan sistem penandaan yang membedakan konten asli dan konten buatan AI.

Untuk menjaga keseimbangan antara kehidupan pribadi dan aktivitas fandom penggemar disarankan membatasi waktu emosi dan sumber daya yang dicurahkan dalam mendukung idola. Penggunaan materi AI secara pribadi tanpa disebarluaskan dapat menjadi pilihan aman ketika pertimbangan etika masih diragukan. Kesadaran kolektif perlu ditumbuhkan bahwa kemajuan teknologi membawa peluang besar sekaligus tanggung jawab moral yang tidak ringan demi terciptanya ekosistem fandom digital yang sehat.

REFERENCES

- Ali, A. J. A. K. N., & Riady, Y. (2025). Edutainment in Ruang Guru Clash of Champion: A Semiotic Perspective. *Journal Corner of Education, Linguistics, and Literature*, 4(4), 410-421.
- Arisanty, M., Kharis, S. A. A., Wiradharma, G., Sukatmi, S., Riady, Y., & Permatasari, S. M. (2025). Optimalisasi literasi digital dalam membangun ruang siber yang aman dari kekerasan seksual. *Abdimas Langkanae*, 5(2), 283-297.
- Arisanty, M., Riady, Y., Anastassia Amellia Kharis, S., Maulidia Permatasari, S., & Sukatmi, S. (2025). CERDAS DAN AMAN BERMEDIA DIGITAL : PENINGKATAN KESADARAN KEAMANAN SIBER DI ERA HOAKS DAN PHISHING. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Patikala*, 4(4), 1407-1418. <https://doi.org/10.51574/patikala.v4i4.3282>
- Arisanty, M., Riady, Y., Kharis, S. A. A., Permatasari, S. M., & Sukatmi, S. (2025). CERDAS DAN AMAN BERMEDIA DIGITAL: PENINGKATAN KESADARAN KEAMANAN SIBER DI ERA HOAKS DAN PHISHING. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Patikala*, 4(4), 1407-1418.
- Arisanty, M., Riady, Y., Kharis, S. A. A., Sukatmi, S., Zubir, E., & Ajmal, M. (2024). Creative Digital Literacy in Reducing War Flaming on Social Media. *Communicatus: Jurnal Ilmu komunikasi*, 8(2), 1-20.
- Arisanty, M., Riady, Y., Robiansyah, A., Permatasari, S. M., & Pangesti, N. R. (2023). Digital Flaming Phenomenon: Flamer Reasons Behind "Freedom of Expression" on Social Media. *KOMUNIKA*, 6(2).
- Arshad, M., Ajmal, M., & Riady, Y. (2025). Analyzing the Effects of the Covid-19 Pandemic on University Students' Academic Performance Administration: A Post-Pandemic Assessment. *JENTIK: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 4(1), 21-30.
- Aulia, R., Setiawan, F., & Pramesti, D. (2025). *Eksklusivitas pesan dan kedekatan emosional penggemar melalui aplikasi Bubble*. *Jurnal Komunikasi Digital*, 14(1), 55-68.
- Ausat, A. M. A., Azzaakiyyah, H. K., Permana, R. M., Riady, Y., & Suherlan, S.(2023). The Role of ChatGPT in Enabling MSMEs to Compete in the Digital Age. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 3(2), 622-631. <https://doi.org/10.31004/innovative.v3i2.346>
- Ausat, A., Massang, B., Efendi, M., Nofirman, N., & Riady, Y. (2023). Can Chat GPT Replace the Role of the Teacher in the Classroom: A Fundamental Analysis. *Journal on Education*, 5(4), 16100-16106. <https://doi.org/10.31004/joe.v5i4.2745>
- Fitriani, D., Riady, Y., Evriza, E., Kuswanti, E., Sukatmi, S., Arisanty, M., Karim, M. F., Ajmal, M., & rahim, N. B. (2025). The User Experience and Perception in Education of Digital Books in Librarians' Approaches to Library Services in Tangerang . *Indonesian Journal of Pedagogy and Teacher Education*, 3(2), 41-49. <https://doi.org/10.58723/ijopate.v3i2.395>
- Habibi, A., Riady, Y., Alqahtani, T.M.(2022) Online Project-Based Learning for ESP: Determinants of Learning Outcomes during Covid-19 Studies in English Language and Education, 2022, 9(3), pp. 985-1001

- Habibi, A., Riady, Y., Alqahtani, T.M.(2023) Drivers affecting Indonesian pre-service teachers' intention to use m-learning: Structural equation modeling at three universities E-Learning and Digital Media., 2023, 20(6), pp. 519-538
- Habibi, A., Riady, Y., Samed Al-Adwan, A., Awni Albelbisi, N.(2023) Beliefs and Knowledge for Pre-Service Teachers' Technology Integration during Teaching Practice: An Extended Theory of Planned Behavior Computers in the Schools., 2023, 40(2), pp. 107-132
- Harahap, M. A. K., Almaududi Ausat, A. M., Rachman, A., Riady, Y., & Azzaakiyyah, H. K. (2023). Overview of ChatGPT Technology and its Potential in Improving Tourism Information Services. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(1), 424-431.
- Khatib, A. J. A., & Riady, Y. (2023). Navigating Hybrid Language Learning Realities: Students' Views on Workload & Time Allocation during Covid-19. *REiLA: Journal of Research and Innovation in Language*, 5(2), 161-177.
- Kim, J. (2022). AI-generated visuals and parasocial imagination among K-Pop fans. *Journal of Digital Culture Studies*, 8(2), 112-129.
- Moleong, L. J. (2011). *Metodologi penelitian kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Muhaimin, M., Habibi, A., Riady, Y. (2023) Covid-19 distance and online learning: a systematic literature review in pharmacy education *BMC Medical Education*, 2023, 23(1), 367
- Park, S., & Lee, H. (2023). Telepresence and emotional realism in AI-mediated content. *Journal of Interactive Media*, 17(4), 233-250.
- Prameswari, N., & Tanjung, R. (2025). Intensitas penggunaan media dan hubungan parasosial penggemar K-Pop. *Jurnal Komunikasi Remaja*, 6(1), 30-44.
- Pratama, G., & Wijaya, D. (2024). Pertumbuhan penggunaan teknologi AI generatif dalam fandom Indonesia. *Jurnal Teknologi dan Masyarakat Digital*, 9(2), 77-89.
- Purba, A., & Solekhah, S. (2024). Solidaritas komunitas penggemar dalam budaya digital. *Jurnal Media dan Masyarakat*, 5(1), 14-27.
- Putri, Kinkin Y. S.; Riady, Yasir; and Suwito, Annisa (2024) "Changing Healthy Living Behavior in the Post-Pandemic Era: New Communication Culture," *JURNAL KOMUNIKASI INDONESIA*: Vol. 13: No. 1, Article 10.
- Putri, S. (2024). Interaksi digital penggemar K-Pop di Indonesia melalui platform media sosial. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 8(1), 45-60.
- Rahman, M., & Jin, D. (2024). Ethical tensions and community norms in AI-generated fandom content. *New Media & Society Review*, 26(2), 140-158.
- Rahmawati, F., & Hermina, T. (2024). Kedekatan emosional penggemar K-Pop di Kalimantan Selatan. *Jurnal Psikologi Sosial Indonesia*, 19(3), 221-233.
- Ramadhani, L., & Purwaningtyas, E. (2024). Perilaku konsumtif penggemar K-Pop pada era media digital. *Jurnal Komunikasi dan Budaya Pop*, 4(2), 88-101.
- Riady, Y. (2009). Perilaku Perilaku Pencarian Informasi Mahasiswa Pascasarjana Program Doktor Bidang Pendidikan Bahasa Yang Menyusun Disertasi: Studi Kasus Di Universitas Negeri Jakarta. Tesis. Program Magister Ilmu Perpustakaan dan Informasi, Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya, Universitas Indonesia, Indonesia.
- Riady, Y. (2013). Literasi Informasi sejak dini: pengetahuan baru bagi anak Usia dini. *Visi: Jurnal Ilmiah Pendidikan dan Tenaga Kependidikan Pendidikan Non-Formal*. 8(2).159-165. DOI: <https://doi.org/10.21009/JIV.0802.10>
- Riady, Y. (2014) Assisted learning through facebook: A case study of universitas terbuka's students group communities in Jakarta, Taiwan and Hong Kong *Turkish Online Journal of Distance Education*., 2014, 15(2), pp. 227-238
- Riady, Y., Alqahtany, T.M., Habibi, A., Sofyan, S., Albelbisi, N.A.(2022) Factors affecting teachers' social media use during covid-19 *Cogent Social Sciences*, 2022, 8(1), 2115658
- Riady, Y., Arisanty, M., Kuswanti, E., Sukatmi, S., Karim, M. F., & Ajmal, M. (2025). The Role of Open and Distance Education in Digital Ecosystem Transformation: A Qualitative Study on Enhancing Educational Accessibility. *IJOEM Indonesian Journal of E-learning and Multimedia*, 4(2), 81-89.
- Riady, Y., Arisanty, M., Kuswanti, E., Sukatmi, S., Karim, M. F., & Ajmal, M. (2025). The Implementation of Open and Distance Education to Advance Educational Access in Remote Areas. *FINGER: Jurnal Ilmiah Teknologi Pendidikan*, 4(2), 141-149.
- Riady, Y., Habibi, A., Mailizar, M., Alqahtani, T. M., Riady, H., & Al-Adwan, A. S. (2025). TAM and IS success model on digital library use, user satisfaction and net benefits: Indonesian open university context. *Library Management*.
- Riady, Y., Sofwan, M., Mailizar, M., Alqahtani, T. M., Yaqin, L. N., Habibi, A.(2023) How can we assess the success of information technologies in digital libraries? Empirical evidence from Indonesia. *International Journal of Information Management Data Insights*, 3(2), 2667-0968, <https://doi.org/10.1016/j.jjime.2023.100192>

- Sihombing, C. C. K., Simanullang, S., Pahlevi, H., Riady, Y., & Ajmal, M. (2025). Counseling and Training on The Application of Criminal Sanctions for Violations of BPJS Ketenagakerjaan. *Aktual: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 51–56. <https://doi.org/10.58723/aktual.v3i2.389>
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sukendro, S., et al. (2024). Fenomenologi interaksi digital dalam budaya populer. *Jurnal Teknologi dan Komunikasi Modern*, 11(1), 12–25.
- Sung, Y., & Kwon, O. (2020). Digital parasocial interaction in the social media era. *Journal of Media Psychology*, 32(3), 117–130.
- Widyahastuti, F., Riady, Y., Fransiskus, D.(2017) Performance prediction as a new feature in e-learning Proceedings of the International Conference on e-Learning, ICEL, 2017, pp. 237–243
- Widyahastuti, F., Riady, Y., Zhou, W.(2017) Prediction model students' performance in online discussion forum ACM International Conference Proceeding Series, 2017, pp. 6–10