

## Edukasi Interaksi Parasosial terhadap Budaya K-Pop di Kalangan Anak Muda

Chontina Siahaan<sup>1</sup>, Laras Nadiananda Iswari<sup>2</sup>, Christine Dormian Marpaung<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Kristen Indonesia, Jakarta, Indonesia

E-mail: [chontinasiahaan58@gmail.com](mailto:chontinasiahaan58@gmail.com); [lrsnadiaa@gmail.com](mailto:lrsnadiaa@gmail.com); [marpaungchristine@gmail.com](mailto:marpaungchristine@gmail.com)

### Abstrak

Pengaruh budaya K-Pop di Indonesia dapat dirasakan dengan munculnya kelompok-kelompok penggemar terutama anak muda. Mereka menamakannya K-Pop. Penggemar k-Pop sering melihat idolanya lewat media elektronik atau media sosial untuk mencari tahu informasi mengenai idolanya dan menonton penampilan idola sehingga penggemar merasa kenal dekat dengan idolanya istilah ini dikatakan dengan interaksi parasosial. Interaksi parasosial adalah hubungan imajinasi sepihak yang melibatkan pengguna media atau penggemar engan persona media atau idola, dimana penggemar merasa memiliki level keakraban tertentu dengan idolanya meskipun belum pernah ketemu secara langsung. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan guna mengetahui edukasi interaksi parasosial terhadap budaya K-Pop di kalangan anak muda. PKM ini melibatkan 45 anak muda di salah satu gereja di Jakarta. Metode yang digunakan meliputi survey, presentasi, testimoni dan kuis. Hasil menunjukkan bahwa edukasi mengenai interaksi parasosial terhadap budaya K-Pop di kalangan anak muda menjadi suatu hal yang baru, dikarenakan hasil menunjukkan bagaimana perubahan yang terjadi terhadap pola pikir individu tersebut.

**Kata Kunci:** Idola; interaksi; parasosial; penggemar; media

### Abstract

*The influence of K-Pop culture in Indonesia can be felt by the emergence of groups of fans, especially young people. They named it K-Pop. K-Pop fans often see their idols through electronic media or social media to find out information about their idols and watch idol performances so that fans feel close to their idols. This term is said to be parasocial interaction. Parasocial interaction is a one-sided imaginary relationship involving media users or fans with media personas or idols, where fans feel they have a certain level of familiarity with their idols even though they have never met in person. This Community Service activity aims to find out education on parasocial interaction on K-Pop culture among young people. This PKM involved 45 young people in a church in Jakarta. The methods used include surveys, presentations, testimonials and quizzes. The results show that education regarding parasocial interactions with K-Pop culture among young people is something new, because the results show how changes occur in the mindset of these individuals.*

**Keywords:** Idol; interaction, parasocial, fans, media.

### PENDAHULUAN

Fenomena Korean Wave saat ini tengah menjadi salah satu perbincangan yang marak di tengah masyarakat. Ditambah dengan adanya era serba digital membuat semakin banyak orang berusaha untuk mengalihkan diri dari hiruk pikuk duniawi dengan menggunakan berbagai hiburan yang ada di internet, salah satunya adalah Korean Pop (K-Pop). Munculnya budaya K-Pop ini lebih banyak didominasi oleh anak-anak muda, dimana K-Pop menjadi salah satu budaya yang paling mudah diterima oleh anak muda. Kemunculan budaya ini memunculkan berbagai dampak yang beragam, baik positif maupun negatif. Salah satu dampak yang paling signifikan dari kemunculan budaya K-Pop ini adalah timbulnya interaksi parasosial yang dapat terjadi dan dialami oleh anak muda.

Interaksi parasosial diartikan sebagai interaksi yang terjalin antara individu dengan tokoh sosial tertentu dan terjadi seperti interaksi langsung (Saifuddin & Masykur, 2014). Sumber lain menyebutkan bahwa interaksi parasosial ini semacam hubungan persahabatan yang terjalin

dengan tokoh sosial yang ada di media, biasanya didasarkan oleh adanya ikatan afektif yang dirasakan individu terhadap tokoh media terkait (Harvey & Manusov, 2001).

Tidak hanya interaksi parasosial, kemunculan budaya Korean Wave ini juga mampu membuat semakin minimnya rasa cinta tanah air dan rasa bangga akan budaya lokal. Hal ini ditunjukkan oleh maraknya penggemar budaya K-Pop di tengah masyarakat Indonesia. Pada tahun 2021, Indonesia tercatat sebagai negara dengan jumlah penggemar K-Pop terbanyak di dunia maya, berdasarkan laporan Twitter (Indonesia, 2022). Hal ini menunjukkan bahwa munculnya budaya K-Pop mampu menyingkirkan rasa cinta terhadap budaya lokal.

Target PKM ini adalah anak muda berusia 15 tahun ke atas yang menyukai atau gemar dengan budaya K-Pop, baik musik, film, drama, dan karya lainnya. Target PKM dilakukan kepada anak muda Gereja HKBP Sola Gratia Kayu Mas. Hal ini dikarenakan target PKM memiliki cukup banyak anak muda yang menyukai bahkan fanatik dengan budaya K-Pop itu sendiri. Hal inilah yang membuat urgensi PKM ini dilakukan bagi anak muda di Gereja HKBP Sola Gratia Kayu Mas.

Untuk itu, kami melakukan Pengabdian kepada Masyarakat dengan judul “Edukasi Interaksi Parasosial terhadap Budaya K-Pop di Kalangan Anak Muda” dengan tujuan untuk mengedukasi anak muda tentang bahayanya menjadi penggemar yang fanatik terhadap suatu hal, terutama terhadap tokoh-tokoh yang ditampilkan di media. Tidak hanya itu, melalui PKM ini kami juga mengedukasi anak muda untuk lebih mencintai budaya Indonesia dan melestarikannya, dibandingkan harus membanggakan budaya luar negeri.

## **METODE**

Metode Pengabdian kepada Masyarakat yang digunakan dalam kegiatan ini meliputi empat cara, yakni meliputi: a) Survey dengan membagikan kuesioner terkait permasalahan PKM yang dihadapi, b) Pemaparan materi oleh pemateri-pemateri yang professional di bidangnya dan membahas mengenai topik yang dikaji, c) Testimoni, dimana peserta dapat menceritakan pengalamannya ketika mereka mengalami atau pernah bertemu/menyaksikan orang lain yang mengalami interaksi parasosial, khususnya terhadap budaya K-Pop, d) Kuis, dilakukan untuk mengukur pemahaman mitra mengenai materi yang telah dipresentasikan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Survey sementara mengenai Edukasi Interaksi Parasosial terhadap Budaya K-Pop di kalangan anak muda terutama pemuda di Gereja HKBP Sola Gratia Kayu Mas menunjukkan, bahwa interaksi parasosial terhadap budaya K-Pop di kalangan anak muda membawa pengaruh yang besar secara psikologis.

Untuk mengetahui seberapa efektif edukasi interaksi parasosial terhadap budaya K-Pop di kalangan anak muda, maka peneliti mengajukan beberapa pernyataan dari skala sangat setuju hingga sangat tidak setuju untuk diisi oleh beberapa responden dengan jujur sesuai dengan situasi dan kondisi yang dialami. Berikut ini beberapa pernyataan dan pembahasan yang disampaikan peneliti kepada responden:

### 1. Pengertian interaksi parasosial

Berdasarkan pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti terkait pengertian interaksi parasosial terdapat 42,2 % atau 19 responden yang setuju serta mengetahui pengertian dari interaksi parasosial dan 31,1 % atau 14 responden netral dengan pengetahuan mengenai interaksi parasosial, sedangkan 24,4 % atau 11 responden sangat setuju, serta 2,2 % atau 1 orang yang sangat tidak setuju dengan pengetahuan mengenai pengertian interaksi parasosial (Lihat gambar 1)

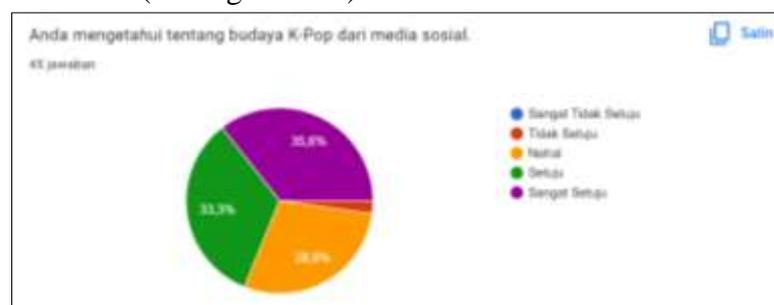


**Gambar 1. Hasil Pertanyaan 1**

Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar anak muda mengetahui mengenai pengertian dari interaksi parasosial. Interaksi parasosial adalah hubungan imajinasi sepihak yang melibatkan pengguna media atau penggemar dengan persona media atau idola, dimana penggemar merasa memiliki level keakraban tertentu dengan idolanya meskipun belum pernah bertemu secara langsung.

### 2. Pengetahuan tentang budaya K-Pop dari media sosial

Hasil pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti kepada responden terkait pengetahuan tentang budaya K-Pop dari media sosial terdapat 35,6 % atau 16 responden sangat setuju mengetahui budaya K-Pop dari media sosial, lalu 33,3 % atau 15 responden setuju, sedangkan 28,9 % atau 13 responden netral mengetahui budaya K-Pop dari media sosial. (Lihat gambar 2)

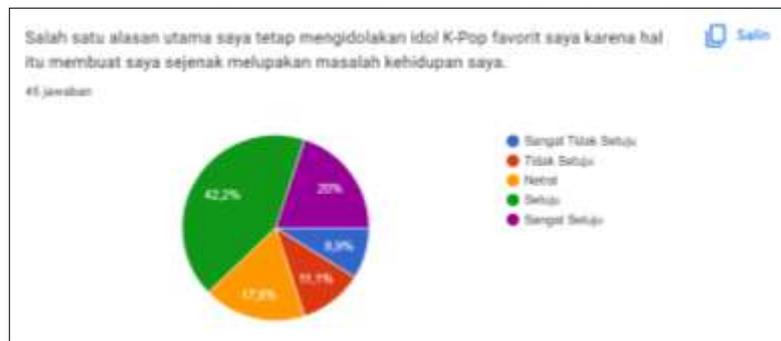


**Gambar 2. Hasil Pertanyaan 2**

Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar anak muda mengetahui tentang budaya K-Pop dari media sosial. Twitter merupakan sebuah platform media sosial yang mempunyai berbagai fitur yang dapat dimanfaatkan oleh idola untuk berkomunikasi terhubung dengan penggemarnya dan sebaliknya. Di Twitter, idola dapat menunjukkan tentang mereka, apa yang mereka sukai dan apa saja yang mereka lakukan. Dengan menunjukkan diri mereka dapat membuat penggemar merasa lebih dekat dengan idola (Gray J. 2007).

### 3. Alasan utama mengidolakan K-Pop favorit karena sejenak melupakan masalah kehidupan

Berdasarkan pengumpulan data dari responden yang menjawab kuesioner terkait alasan utama mengidolakan K-Pop favorit karena sejenak dapat melupakan masalah kehidupan terdapat 42,2% atau 19 responden yang menjawab setuju, 20% atau 9 responden sangat setuju, 17,8% atau 8 responden netral, 11,1% atau 5 responden tidak setuju, dan 8,9% atau 4 responden sangat tidak setuju. (Lihat gambar 3)

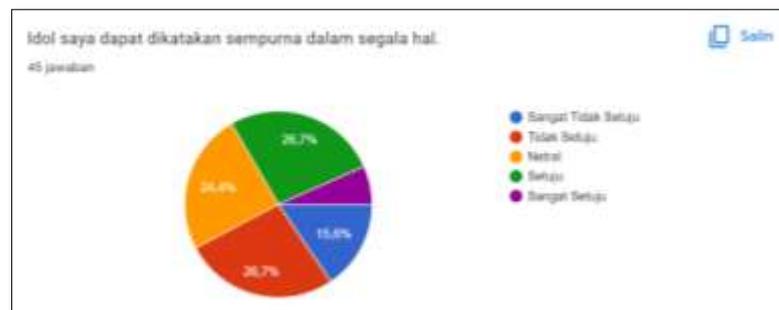


**Gambar 3. Hasil Pertanyaan 3**

Hal ini membuktikan bahwa sebagian besar anak muda memilih alasan utama tetap mengidolakan idol K-Pop favorit karena sejenak dapat melupakan masalah kehidupan.

### 4. Idol K-Pop favorit dapat dikatakan sempurna dalam segala hal

Berdasarkan pengumpulan data dari responden yang menjawab kuesioner terkait idol K-Pop Favorit dapat dikatakan sempurna dalam segala hal yakni 26,7% atau 12 responden setuju dan tidak setuju, 24,4% atau 11 responden netral, 15,6% atau 7 responden sangat tidak setuju, dan 6,7% atau 3 responden sangat setuju. (Lihat Gambar 4).



**Gambar 4. Hasil Pertanyaan 4**

Hal ini menunjukkan bahwa sebagian responden antara setuju dan tidak setuju jika idol K-Pop favorit dapat dikatakan sempurna dalam segala hal.

### 5. Merasa bangga jika dapat mengikuti gaya K-Pop sebagai orang yang diidolakan

Berdasarkan pengumpulan data dari responden yang menjawab kuesioner terkait pernyataan bangga jika dapat mengikuti gaya K-Pop sebagai orang yang diidolakan terdapat 53,3% atau 24 responden netral, 15,6% atau 7 responden, 13,3% atau 6 responden setuju, 11,1% atau 5 responden tidak setuju, dan 6,7% atau 3 responden sangat setuju. (Lihat Gambar 5)



**Gambar 5. Hasil Pertanyaan 5**

Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki rasa netral jika dapat mengikuti gaya K-Pop sebagai orang yang diidolakan.

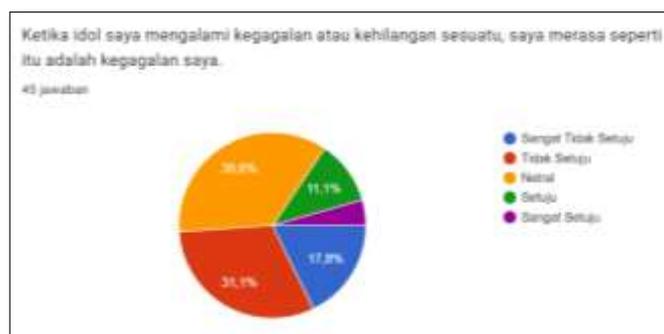
#### 6. Merasa sedih ketika idol mengalami hal – hal yang tidak menyenangkan dalam kehidupannya



**Gambar 6. Hasil Pertanyaan 6**

Berdasarkan gambar diatas terkait merasa sedih menunjukkan 35,6% atau 16 responden menjawab netral, 31,1% atau 14 responden setuju, 17,8% atau 8 responden sangat setuju, 8,9% atau 4 responden menjawab sangat tidak setuju (Lihat gambar 6). Data ini membuktikan bahwa sebagai besar respond merasa netral ketika idol mengalami hal – hal yang tidak menyenangkan dalam kehidupannya.

#### 7. Jika idol mengalami kegagalan, maka responden mengalami kegagalan juga



**Gambar 7. Hasil Pertanyaan 7**

Berdasarkan gambar di atas terkait perasaan gagal jika idol mengalami kegagalan menunjukkan bahwa 35,6% atau 16 responden netral, 31,1% atau 14 responden tidak

setuju, 17,8% atau 8 responden, dan 11,1 atau 5 responden setuju (Lihat Gambar 7). Data ini menunjukkan bahwa sebagian responden netral jika idol mengalami kegagalan.

### 8. Merasa sama dengan idol jika bisa mengikuti semua gaya K-Pop

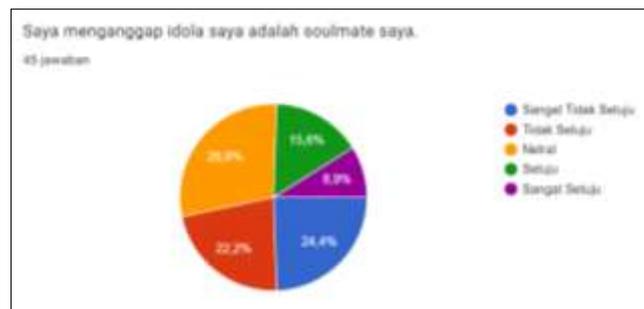


**Gambar 8. Hasil Pertanyaan 8**

Berdasarkan gambar di atas terkait pernyataan merasa sama jika bisa mengikuti semua gaya K-Pop menunjukkan bahwa 44,4% atau 20 responden tidak setuju, 31,1% atau 14 responden netral, dan 15,6% atau 7 responden (Lihat Gambar 8).

Dengan adanya di atas membuktikan bahwa sebagian besar tidak setuju jika merasa sama dengan idol.

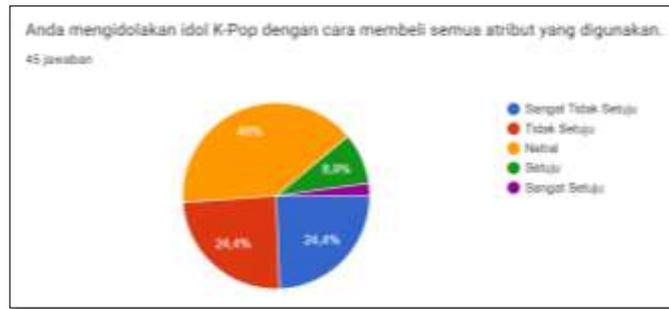
### 9. Menganggap idola adalah *soulmate*



**Gambar 9. Hasil Pertanyaan 9**

Berdasarkan gambar di atas tentang menganggap idola adalah *soulmate* menunjukkan bahwa 28,9% atau 13 responden netral, 24,4% atau 11 responden sangat tidak setuju, 22,2% atau 10 responden tidak setuju, 15,6% atau 7 responden setuju, dan 8,9% atau 4 responden sangat setuju (Lihat gambar 9). Dengan data di atas, responden secara netral menganggap idola sebagai *soulmate*.

### 10. Mengidolakan idol K-Pop dengan cara membeli semua atribut yang digunakan



**Gambar 10. Hasil Pertanyaan 10**

Berdasarkan gambar di atas mengenai mengidolakan idol K-Pop dengan cara membeli semua atribut yang digunakan menunjukkan bahwa 40% atau 18 responden netral, 24,4% atau 11 responden tidak setuju dan sangat tidak setuju, dan 8,9% setuju (Lihat gambar 10). Dengan data di atas, responden netral dalam mengidolakan idol K-Pop dengan cara membeli semua atribut yang digunakan.

### 11. Terobsesi dengan kehidupan pribadi idol

Berdasarkan pengumpulan data dari responden yang menjawab kuesioner terkait terobsesi dengan kehidupan pribadi idol menunjukkan bahwa 51,1% atau 23 responden sangat tidak setuju, 31,1% atau 14 responden tidak setuju, 8,9% atau 4 responden netral, dan 6,7% atau 3 responden (Lihat Gambar 11).



**Gambar 11. Hasil Pertanyaan 11**

Hal ini menunjukkan sebagian besar anak muda sangat tidak setuju dengan terobsesi atau tidak nya dengan kehidupan pribadi idol.

### 12. Memiliki foto dan merchandise idol yang selalu disimpan di tempat yang sama

Berdasarkan pengumpulan data dari responden yang menjawab kuesioner terkait memiliki foto dan merchandise idol dan menyimpan di tempat yang sama menunjukkan bahwa 26,7% atau 12 responden setuju, 24,4% atau 11 responden sangat tidak setuju dan netral, 15,6% atau 7 responden tidak setuju dan 8,9% atau 4 responden sangat setuju (Lihat Gambar 12).



**Gambar 12. Hasil Pertanyaan 12**

Hal ini menunjukkan sebagian besar responden memiliki foto dan merchandise idol yang selalu disimpan di tempat yang sama.

### 13. Senang membicarakan idol dengan orang lain yang sama – sama mengagumi idolnya.

Berdasarkan pengumpulan data dari responden yang menjawab kuesioner terkait senang membicarakan idol dengan orang lain yang sama – sama mengagumi idolnya menunjukkan bahwa 35,6% atau 16 responden sangat setuju, 33,3% atau 15 responden setuju, 17,8% atau 8 responden netral, 11,1% atau 5 responden sangat tidak setuju (Lihat Gambar 13)

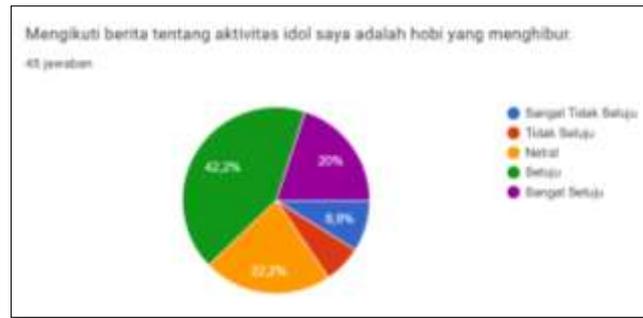


**Gambar 13. Hasil Pertanyaan 13**

Hal ini menunjukkan responden senang membicarakan idol dengan orang lain yang sama – sama mengagumi idolnya.

### 14. Mengikuti berita tentang aktivitas idol adalah hobi yang menghibur

Berdasarkan pengumpulan data dari responden yang menjawab kuesioner terkait hobi yang menghibur dengan mengikuti berita tentang aktivitas idol menunjukkan bahwa 42,2% atau 19 responden setuju, 22,2% atau 10 responden netral, 20% atau 9 responden sangat setuju, 8,9% atau 4 responden sangat tidak setuju (Lihat Gambar 14)

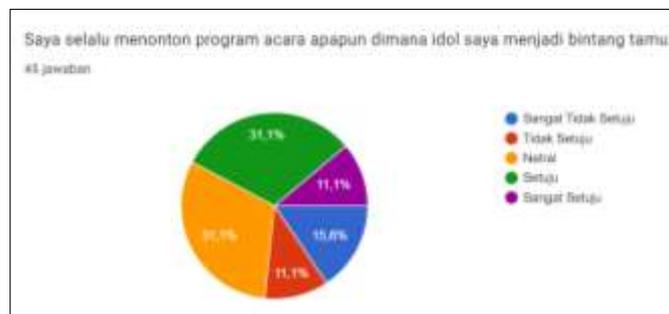


**Gambar 14. Hasil Pertanyaan 14**

Hal ini menunjukkan bahwa hobi yang menghibur pada responden adalah mengikuti berita tentang aktivitas idol.

#### 15. Selalu menonton program acara apapun dimana idol menjadi bintang tamu

Berdasarkan pengumpulan data dari responden yang menjawab kuesioner terkait selalu menonton program acara apapun dimana idol menjadi bintang tamu menunjukkan bahwa 31,1% netral dan setuju, 11,1% sangat setuju dan tidak setuju, dan 15,6% sangat tidak setuju. (Lihat Gambar 15)



**Gambar 15. Hasil Pertanyaan 15**

Hal ini menunjukkan bahwa responden selalu menonton program acara apapun dimana idol menjadi tamu.

#### 16. Mengidolakan idol K-Pop dengan cara melakukan hal yang sama dengan apa yang dilakukan idol

Berdasarkan pengumpulan data dari responden yang menjawab kuesioner terkait mengidolakan K-Pop dengan cara melakukan hal yang sama dengan apa yang dilakukan idol menunjukkan bahwa 40% atau 18 responden netral, 28,9% atau 13 responden tidak setuju, 17,8% atau 8 responden sangat tidak setuju, dan 11,1% atau 5 responden setuju (Lihat Gambar 16)



**Gambar 16. Hasil Pertanyaan 16**

Hal ini menunjukkan bahwa responden bersifat netral ketika mengidolakan idol K-Pop dengan cara melakukan hal yang sama dengan apa yang dilakukan idol.

### 17. Melakukan apa saja jika suatu saat bisa bertemu dengan idol untuk menunjukkan kedekatan

Berdasarkan pengumpulan data dari responden yang menjawab kuesioner terkait responden rela melakukan apa saja jika suatu saat bisa bertemu dengan idol untuk menunjukkan kedekatan bahwa 44,4% atau 20 responden netral, 22,2% atau 10 responden tidak setuju, 15,6% atau 7 responden setuju, 11,1% atau 5 responden sangat tidak setuju dan 6,7% atau 3 responden (Lihat Gambar 17)

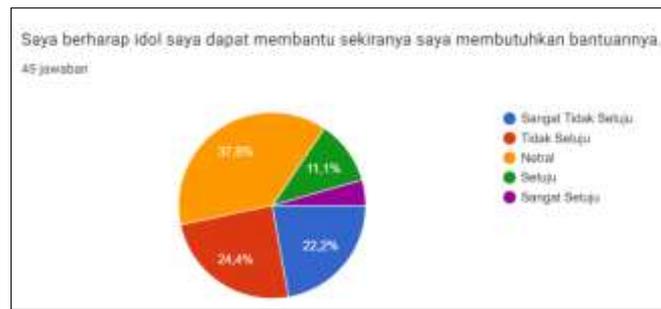


**Gambar 17. Hasil Pertanyaan 17**

Hal ini menunjukkan bahwa responden bersifat netral dalam melakukan apa saja jika suatu saat bisa bertemu dengan idol untuk menunjukkan kedekatan

### 18. Harapannya jika meminta bantuan, idol dapat membantu

Berdasarkan pengumpulan data dari responden yang menjawab kuesioner terkait berharap idol dapat membantu sekiranya membutuhkan bantuan menunjukkan bahwa 37, 8% atau 17 responden netral, 24,4% atau 11 responden tidak setuju, 22,2% atau 10 responden sangat tidak setuju, 11,1% atau 5 responden setuju (Lihat Gambar 18)



**Gambar 18. Hasil Pertanyaan 18**

Hal ini menunjukkan bahwa responden bersifat netral mengenai harapannya jika meminta bantuan, idol dapat membantu.

### 19. Memiliki kode dengan idola, sehingga dapat berkomunikasi satu sama lain

Berdasarkan pengumpulan data dari responden yang menjawab kuesioner terkait memiliki kode dengan idola sehingga nantinya dapat berkomunikasi dengan idol menunjukkan bahwa 35,6% atau 16 responden netral, 28,9% atau 13 responden tidak setuju, 20% atau 9 responden sangat tidak setuju, 8,9% atau 4 responden setuju, 6,7% atau 3 responden sangat setuju (Lihat Gambar 19)



**Gambar 19. Hasil Pertanyaan 19**

Hal ini menunjukkan bahwa responden bersifat netral memiliki kode dengan idola sehingga dapat berkomunikasi satu dengan yang lainnya.

### 20. Membela jika idol dituduh melakukan kejahatan

Berdasarkan pengumpulan data dari responden yang menjawab kuesioner terkait membela idol jika idol dituduh melakukan kejahatan menunjukkan bahwa 35,6% atau 16 responden netral, 24,4% atau 11 responden setuju, 20% atau 9 responden sangat tidak setuju, 15,0% atau 7 responden tidak setuju, 4,4% atau 2 responden sangat setuju (Lihat Gambar 20)



**Gambar 20. Hasil Pertanyaan 20**

Hal ini menunjukkan bahwa responden netral dan membela jika idol melakukan kejahatan.

**21. Ketika idol mengeluarkan karya terbarunya, responden langsung menonton secara berulang – ulang dan ikut mempromosikannya**

Berdasarkan pengumpulan data dari responden yang menjawab kuesioner terkait ketika idol mengeluarkan karya terbarunya, responden ikut menonton secara berulang – ulang dan ikut mempromosikan menunjukkan bahwa 33,3% atau 15 responden setuju, 28,9% atau 13 responden sangat setuju, 20% atau 9 responden netral, 11,1% atau 5 responden sangat tidak setuju (Lihat Gambar 21)

**Gambar 21. Hasil Pertanyaan 21**

Hal ini menunjukkan bahwa ketika idol mengeluarkan karya terbarunya, responden langsung menonton secara berulang – ulang dan ikut mempromosikannya.

**22. Idola adalah panutan terbaik dan memiliki kinerja yang sangat bagus**

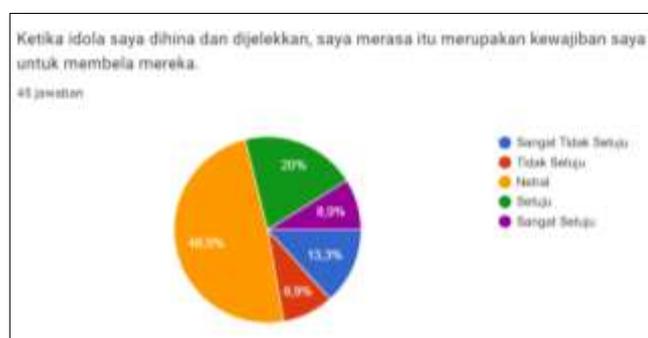
Berdasarkan pengumpulan data dari responden yang menjawab kuesioner terkait idola adalah panutan terbaik dan memiliki kinerja yang sangat bagus. Ini menunjukkan bahwa 44,4% atau 20 responden netral, 33,3% atau 15 responden , dan 8,9% atau 4 responden sangat tidak setuju dan sangat setuju (Lihat Gambar 22)

**Gambar 22. Hasil Pertanyaan 22**

Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju mengenai idola adalah panutan terbaik dan memiliki kinerja yang sangat bagus.

**23. Ketika idola dihina atau dijelekan, itu merupakan kewajiban untuk membela mereka**

Berdasarkan pengumpulan data dari responden yang menjawab kuesioner terkait ketika idola dihina atau dijelekkkan, itu merupakan kewajiban untuk membela mereka menunjukkan bahwa 48,9% atau 22 responden netral, 20% atau 9 responden setuju, 13,3% atau 6 responden sangat tidak setuju, dan 8,9% sangat setuju dan tidak setuju (Lihat Gambar 23)



**Gambar 23. Hasil Pertanyaan 23**

Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memilih netral ketika idola mereka dihina atau dijelekkkan

Hasil survey ini menunjukkan bahwa edukasi mengenai interaksi parasosial di tengah kalangan anak muda ternyata cukup efektif, dikarenakan anak muda tidak lagi mengidolakan idolanya secara fanatik, namun mampu lebih netral dalam tindakan dan pilihan yang dibuatnya. Hal ini ditandai dengan banyaknya jawaban yang menunjukkan pilihan netral dalam setiap pertanyaan yang diajukan. Selain itu, kegiatan PKM ini juga mampu mengedukasi anak muda untuk lebih mencintai budaya lokal dibandingkan dengan budaya luar.

## SIMPULAN

Berdasarkan data di atas, dapat disimpulkan bahwa kegiatan PKM yang dilakukan di Gereja Sola Gratia HKBP Kayu Mas mendapatkan respons yang positif, bahkan mampu meningkatkan kesadaran anak muda dalam menghadapi keberagaman budaya yang berbeda saat ini. Dengan adanya kegiatan PKM yang bertujuan untuk mengedukasi anak muda tentang interaksi parasosial, hal ini tidak hanya menyadarkan anak muda untuk berhati-hati dalam berperilaku dan mengidolakan seseorang, namun juga mengedukasi anak muda untuk lebih mencintai produk dalam negeri dan melestarikan budaya lokal.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa atas karunia-Nya yang membantu kami melancarkan kegiatan PKM ini. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang terlibat dalam PKM ini, secara khusus kepada Gereja HKBP Sola Gratia Kayu Mas yang meminta kami untuk melakukan PKM ini.

## REFERENSI

- Harvey, J. H., & Manusov, V. (2001). *Attribution, Communication Behavior, and Close Relationship*. Cambridge University Press.
- Indonesia, C. (2022). *Indonesia Jadi Negara dengan K-Poper Terbesar di Twitter*. CNN Indonesia.
- Saifuddin, D. A., & Masykur, A. M. (2014). Interaksi Parasosial. *Jurnal EMPATI*, 3(4), 143–152. <https://doi.org/10.14710/empati.2014.7568>