

Romantic beliefs dan romantic relationship satisfaction **penggemar k-pop: *Parasocial relationship* sebagai moderator**

Tesalonika¹, Erni Julianti Simanjuntak²

Fakultas Psikologi, Universitas Pelita Harapan, Indonesia

Correspondence email: erni.simanjuntak@uph.edu

Abstract

Romantic relationships are important in human life, especially during emerging adulthood. The quality of romantic relationships can be seen from the level of romantic relationship satisfaction which is influenced by individual romantic beliefs. In the context of K-Pop fans, there is a unique relationship built by fans towards their idols, namely a parasocial relationship which is likely to influence an individual's romantic beliefs and romantic relationship satisfaction. Therefore, this study aims to look at the moderating role of parasocial relationships on the relationship between romantic beliefs and romantic relationship satisfaction in emerging adulthood of K-Pop fans who are dating. This research uses a quantitative design and moderation model analysis with the research instruments Multiple-Parasocial Relationship, Relationship Assessment Scale, and Romantic Beliefs Scale. The research conducted on 118 emerging adulthoods in Indonesia found that parasocial relationship do not have a moderating role in the relationship between romantic beliefs and romantic relationship satisfaction. The parasocial relationship that K-Pop fans have is not one of the factors that influences the level of romantic relationship satisfaction they feel.

Keywords: *Emerging Adulthood; K-Pop, Parasocial Relationship; Romantic Beliefs; Romantic Relationship Satisfaction*

Abstrak

Hubungan romantis merupakan hal yang penting dalam kehidupan manusia, terutama pada masa perkembangan emerging adulthood. Kualitas pada hubungan romantis dapat dilihat dari tingkat romantic relationship satisfaction yang dipengaruhi oleh romantic beliefs individu. Dalam konteks penggemar K-Pop, terdapat hubungan unik yang dibangun oleh penggemar dengan idolanya, yaitu parasocial relationship yang kemungkinan dapat mempengaruhi romantic beliefs dan romantic relationship satisfaction individu. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk melihat peran moderasi dari parasocial relationship pada hubungan antara romantic beliefs dengan romantic relationship satisfaction pada emerging adulthood penggemar K-Pop yang berpacaran. Penelitian ini menggunakan desain kuantitatif dan analisis model moderasi dengan instrumen penelitian Multiple-Parasocial Relationship, Relationship Assessment Scale, dan Romantic Beliefs Scale. Penelitian yang dilakukan terhadap 118 orang emerging adulthood di Indonesia ini menemukan bahwa parasocial relationship tidak memiliki peran moderasi dalam hubungan romantic beliefs dengan romantic relationship satisfaction. Parasocial relationship yang dimiliki oleh penggemar K-Pop

bukan menjadi salah satu faktor yang berpengaruh terhadap tingkat romantic relationship satisfaction yang dirasakan.

Kata Kunci: *Dewasa awal; K-Pop; Hubungan parasocial; Kepercayaan romantis; Kepuasan hubungan romantis*

PENDAHULUAN

Hubungan romantis menjadi salah satu hal yang penting dalam kehidupan manusia, terutama pada masa perkembangan *emerging adulthood*. Menurut Arnett (2000), *emerging adulthood* adalah tahap perkembangan peralihan dari remaja menuju masa dewasa muda yang berada dalam rentang usia sekitar 18 sampai 25 tahun. Salah satu tugas utama dalam tahap perkembangan ini ialah mengembangkan hubungan yang baru dan lebih intim, khususnya hubungan romantis dengan lawan jenis (Arnett, 2000). Hal ini menyebabkan individu yang berada pada tahapan perkembangan *emerging adulthood* secara alami akan membangun hubungan romantis dengan orang lain. Hubungan romantis yang dibentuk ini menjadi sarana untuk mengenali calon pendamping hidup, memenuhi kebutuhan *intimacy* dan *emotional security*, serta menyalurkan perasaan cinta yang dimiliki kepada orang lain hingga pada akhirnya memutuskan untuk berlanjut ke hubungan yang lebih serius atau pernikahan (Gómez-López et al., 2019)

Keberhasilan dalam menata dan mempertahankan hubungan romantis yang sehat dan berkualitas pada tahap *emerging adulthood* dapat memprediksi kualitas hubungan pernikahan di kemudian hari (Gómez-López et al., 2019). Di sisi lain, kepuasan hubungan romantis yang rendah yang dirasakan oleh individu ketika berpacaran yang kemudian dilanjutkan dalam hubungan pernikahan dapat mengarahkan kepada pernikahan yang problematik dan meningkatkan kemungkinan untuk bercerai (Himawan, 2017). Kebutuhan akan hubungan yang hangat, dekat, dan stabil juga merupakan pendorong yang kuat dari perilaku individu *emerging adulthood* dalam membangun hubungan atau relasi intim (Papalia et al., 2009). Oleh karena itu, penting bagi *emerging adulthood* untuk memiliki hubungan romantis yang berkualitas ketika mereka menjalin hubungan berpacaran.

Salah satu komponen penting dalam dinamika hubungan romantis adalah tingkat kepuasan yang dirasakan oleh individu saat menjalin hubungan tersebut. *Romantic Relationship Satisfaction* atau kepuasan hubungan romantis merupakan penilaian dari perasaan dan pemikiran seseorang mengenai sejauh mana kebutuhan dan keinginan atau harapan dalam hubungan romantis dapat terpenuhi (Hendrick et al., 1998). Reizer & Hetsroni (2014), juga menyatakan bahwa *romantic relationship satisfaction* merupakan salah satu indikator utama dari kualitas hubungan romantis.

Kepuasan hubungan romantis yang baik adalah ketika setiap individu berada dalam kondisi yang seimbang atau sama-sama merasakan keuntungan, merasa senang dengan hubungan yang sedang

dijalani, dan hal yang diharapkan dari hubungan romantis dapat terpenuhi dengan baik (Chrisnatalia et al., 2022; Regan, 2003). Dalam hubungan berpacaran, kepuasan hubungan romantis yang tinggi melibatkan perasaan saling mencintai satu sama lain dengan pasangannya (Chrisnatalia et al., 2022). Adapun tingkat kepuasan hubungan romantis menurut Anderson dan Emmers-Sommer (2006), memiliki peranan yang penting dalam menentukan keberhasilan dan juga mempertahankan suatu hubungan. Tingkat afeksi pasangan dalam pernikahan di masa depan dapat diprediksi oleh kepuasan hubungan romantis yang dirasakan ketika berpacaran (Mattson et al., 2011). Kepuasan yang tinggi dalam hubungan berpacaran juga dapat berkaitan dengan kebahagiaan, dan berdampak positif bagi kondisi fisik ataupun psikologis individu (Myers, 1999; Simpson, 1987; Simon & Barrett, 2010).

Terdapat tiga komponen dari *romantic relationship satisfaction* menurut Hendrick et al. (1998), yaitu cinta, masalah, dan harapan. Cinta dapat diekspresikan melalui berbagai cara seperti kata-kata, hadiah, meluangkan waktu untuk pasangan ataupun dengan cara-cara lainnya. Dalam hubungan romantis, individu juga memiliki harapan-harapan untuk pasangannya ataupun untuk hubungan itu sendiri. Ketika harapan individu terhadap hubungan romantis yang dijalannya terpenuhi, maka ia akan merasa puas, sebaliknya, harapan yang tidak terpenuhi akan menyebabkan ketidakpuasan terhadap hubungan romantis (Taylor et al., 2006).

Keyakinan yang berupa ekspektasi terhadap hubungan romantis menjadi salah satu faktor yang dapat memengaruhi kepuasan hubungan romantis (Lippman et al., 2014). Kepercayaan atau pandangan akan karakteristik ideal dari suatu hubungan romantis inilah yang disebut dengan *romantic beliefs* (Vannier & O'Sullivan, 2017). *Romantic beliefs* adalah keyakinan yang membentuk ideologi tentang romantisme yang secara khusus berkaitan dengan idealisasi pasangan dan hubungan romantis, konsep ideal cinta yang dapat mengatasi semua rintangan, keyakinan hanya ada satu cinta sejati, dan cinta pada pandangan pertama (Sprecher & Metts, 1989). Terdapat empat dimensi utama dalam *romantic beliefs*, antara lain "*Love finds a way*" yaitu kepercayaan bahwa cinta sejati dapat mengatasi segala masalah, "*One and only*" yaitu keyakinan hanya terdapat satu orang yang menjadi cinta sejati, "*Idealization*" yaitu kepercayaan bahwa cinta sejati akan sempurna (hubungan ataupun pasangannya), dan "*Love at first sight*" yaitu keyakinan bahwa cinta dapat tumbuh tanpa ada interaksi sebelumnya (Sprecher & Metts, 1989).

Romantic beliefs yang terbentuk pada diri individu memberikan pengaruh terhadap pengalaman serta perilakunya ketika menjalin hubungan romantis dalam kehidupan nyata dan dapat memprediksi kualitas hubungan romantis individu (Tukachinsky & Dorros, 2018). Hal ini dikarenakan *romantic beliefs* dapat mengarahkan persepsi individu terhadap kondisi hubungan romantis yang sedang ataupun akan dialami (Angela & Hadiwirawan, 2022). Sprecher dan Metts (1999) menemukan bahwa *romantic beliefs* memiliki hubungan yang positif dalam peningkatan kepuasan hubungan, rasa cinta, dan

komitmen individu dalam menjalin hubungan romantis. *Romantic beliefs* memiliki peran penting dalam memfasilitasi hubungan romantis untuk berkembang ke arah yang lebih positif, atau dapat dikatakan bahwa *romantic beliefs* memungkinkan individu untuk memandang hubungan romantisnya sebagai suatu hal yang optimis dan ideal (Knee & Bush, 2008).

Menurut Holmes & Johnson (2009), paparan media populer dapat menjadi faktor yang memengaruhi pembentukan *romantic beliefs* pada individu. Media menjadi sumber penting yang memberikan informasi terkait natur hubungan romantis bagi remaja dan dewasa awal (Tukachinsky & Dorros, 2018). Salah satu hal yang cukup populer dan menguasai sebagian besar media seperti televisi, musik, hingga film adalah *korean wave* atau *hallyu*. *Korean wave* merupakan fenomena menyebarnya budaya Korea yang kemudian menjadi populer secara global di luar negeri (Lee, 2015). Di Indonesia sendiri, *hallyu* juga menjadi sangat populer dalam beberapa tahun terakhir ini. Hal ini dapat terlihat dari drama, *film*, ataupun musik Korea yang berhasil menguasai pasar di Indonesia hingga memengaruhi gaya hidup masyarakat, khususnya generasi muda (Mustafa & Halimah, 2018; Putri Wardani & Sari Kusuma, 2021).

Salah satu budaya dari Korea yang sangat banyak digemari oleh masyarakat Indonesia adalah K-Pop. K-Pop merupakan kependekan dari *Korean Pop* yang berarti musik-musik populer dari Korea. Dalam aktivitas pengidolaannya, penggemar K-Pop kerap menunjukkan perilaku tertentu, misalnya pada penggemar grup idola EXO, mereka beranggapan bahwa EXO sangat perhatian kepada mereka dan merasa bahwa diri mereka berjasa terhadap setiap prestasi dan kemajuan dari EXO (Mustafa & Halimah, 2018). Selain itu, penggemar K-Pop dari grup idola lainnya yang bernama BTS juga kerap memberikan komentar atau keterangan unggahan di internet yang cukup personal dan mengarah ke arah tindakan fisik dan psikologis, seperti ingin bertemu, memeluk, mencium, menggigit hingga menyebut personel BTS sebagai suami mereka (Wardani & Kusuma, 2021). Penggemar K-Pop juga tidak ragu untuk menghabiskan banyak waktu, perhatian, dan uang mereka untuk sebisa mungkin terhubung dan berinteraksi dengan sang idola (Perbawani & Nuralin, 2021).

Mayoritas penggemar K-Pop di Indonesia berada dalam kategori tahap perkembangan *emerging adulthood*, dengan rentang usia mulai dari 15 hingga 25 tahun (IDN Times, 2019). Maka dari itu, berdasarkan teori perkembangan, penggemar K-Pop yang termasuk dalam tahap *emerging adulthood* juga memiliki kecenderungan secara alami untuk membangun hubungan romantis (Arnett, 2000). Dalam kehidupan nyata, terdapat individu yang sudah menjalin hubungan romantis dengan pasangannya tetapi masih menggemari bintang K-Pop sebagai idolanya. Penggemar yang terlalu terlibat secara emosional dengan idolanya dapat membentuk hubungan semu yang terjalin antara dirinya dengan sang idola. Hubungan ini kemudian membuat penggemar memosisikan idola mereka sebagai sosok yang mampu memenuhi kebutuhan perasaan romantis mereka (Sadasri, 2022).

Parasocial relationship merupakan hubungan sosial yang dikembangkan satu arah oleh penikmat atau penggemar terhadap karakter yang ia ketahui dari media (Horton & Wohl, 1956). *Parasocial relationship* dapat didefinisikan dan dikategorikan sesuai dengan keinginan penggemar, misalnya hubungan yang dibangun adalah persahabatan atau antipati (Hartmann, 2016). Terdapat perbedaan diantara *parasocial interaction* dengan *parasocial relationship*, yaitu *parasocial interaction* membutuhkan dan dimulai oleh kehadiran sosok figur melalui media tertentu, sedangkan *parasocial relationship* dapat dialami dan juga terus bertahan bahkan jika sosok figur tersebut sedang tidak ada (Hartmann, 2016). Dengan kata lain, individu yang membangun *parasocial relationship* akan terus merasa memiliki suatu hubungan yang personal dengan sosok figur tertentu walaupun ia sedang tidak melihat atau berinteraksi dengan figur tersebut.

Parasocial relationship dapat menjadi sarana yang aman untuk mempraktikkan sebuah hubungan romantis terlebih bagi remaja dan dewasa awal (Erickson et al., 2018). Hubungan semu yang terjalin antara penggemar dengan idolanya ini merupakan hubungan yang terbentuk hanya dalam imajinasi penggemar, sehingga pengalaman ini dapat menumbuhkan *romantic beliefs* mengenai hubungan romantis berdasarkan dengan hubungan mereka dengan idolanya (Tukachinsky & Dorros, 2018). Standar ataupun gambaran terhadap hubungan romantis yang terbentuk karena hubungan parasosial dapat membuat penggemar memandang hubungan romantis dalam kehidupan nyata menjadi tidak menarik, dengan melebih-lebihkan *cost* dan menyepelkan *benefits* yang diterima dalam hubungan romantis bersama dengan pasangannya (Osborn, 2012). Hal ini yang kemungkinan mengarahkan pada menurunnya *romantic beliefs* dan kemudian berpengaruh pada tingkat kepuasan hubungan romantis penggemar.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Angela dan Hadiwirawan (2022), menemukan bahwa terdapat korelasi yang positif antara *romantic beliefs* dengan *romantic relationship satisfaction*. Sejalan dengan itu, Fakhri et al. (2020) juga menemukan bahwa *romantic beliefs* berkontribusi terhadap tinggi rendahnya tingkat kepuasan dalam hubungan romantis. Beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya juga menemukan bahwa terdapat korelasi negatif antara *parasocial relationship* dengan *romantic relationship satisfaction* pada *emerging adulthood*, dimana semakin kuat *parasocial relationship* yang dimiliki oleh penggemar maka mereka akan merasakan *romantic relationship satisfaction* yang semakin rendah (Liebers, 2022; Tukachinsky & Dorros, 2018).

Penelitian sebelumnya telah menguji hubungan antara variabel dan masih terbatas penelitian yang menguji dinamika dan kontribusi *parasocial relationship* berkontribusi dalam memperlemah atau menguatkan hubungan antara *romantic beliefs* dan *romantic relationship satisfaction*. Karenanya, penelitian ini hendak mengeksplor lebih dalam mengenai peran dari *parasocial relationship* dalam dinamika yang terjadi pada hubungan antara kedua variabel. Maka dari itu, peneliti ingin mengetahui

bagaimana peran moderasi dari *parasocial relationship* pada hubungan antara *romantic beliefs* dengan *romantic relationship satisfaction* pada *emerging adulthood* penggemar K-Pop yang berpacaran.

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai salah satu studi lanjutan dari penelitian sebelumnya yang dapat dipergunakan, secara khusus mengenai peran moderasi dari *parasocial relationship* dalam hubungan antara *romantic beliefs* dengan *romantic relationship satisfaction* pada *emerging adulthood* penggemar K-Pop. Tidak hanya itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memperkaya literatur mengenai dinamika psikologis pada populasi penggemar K-Pop khususnya dalam konteks hubungan romantis yang penelitiannya masih belum banyak dilakukan di Indonesia. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk memberikan informasi kepada kaum *emerging adulthood* yang menggemari K-Pop dalam meningkatkan kesadaran akan pentingnya mempertahankan *romantic beliefs* yang ideal terhadap pasangan dan hubungan yang mereka jalani sehingga dapat menyikapi fenomena *parasocial* yang sedang marak terjadi dengan lebih bijak dan tetap merasakan kepuasan yang baik dalam membina hubungan berpacaran di dunia nyata.

Berdasarkan fenomena dan latar belakang yang telah dijelaskan, maka peneliti mengasumsikan bahwa hubungan antara *romantic beliefs* dengan *romantic relationship satisfaction* dapat diperlemah dengan adanya *parasocial relationship*. Oleh karena itu, hipotesis penelitian yang dirumuskan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

H0: Tidak terdapat peranan moderasi *parasocial relationship* dalam hubungan antara *romantic beliefs* dengan *romantic relationship satisfaction* pada penggemar K-Pop di Indonesia yang berpacaran.

H1: Terdapat peranan moderasi *parasocial relationship* pada hubungan antara *romantic beliefs* dengan *romantic relationship satisfaction* pada penggemar K-Pop di Indonesia yang berpacaran.

METODE

Partisipan

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, dimana terdapat kriteria-kriteria tertentu yang ditetapkan untuk memilih partisipan (Sugiyono, 2020). Adapun kriteria partisipan dari penelitian ini antara lain berusia 18 hingga 25 tahun, merupakan penggemar K-Pop, serta sedang menjalani hubungan romantis yaitu berpacaran. Berdasarkan perhitungan menggunakan aplikasi statistik G-Power, jumlah sampel yang dibutuhkan untuk penelitian ini adalah 104 orang dengan asumsi *effect size* medium sebesar 0.15, level signifikansi 0.05 dan *statistical power* sebesar 95%. Setelah melakukan penyebaran kuesioner, terdapat 118 individu yang berpartisipasi dalam penelitian ini.

Desain

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif korelasional dengan desain penelitian *cross-sectional study*, dimana dalam penelitian ini pengambilan data hanya dilakukan pada satu waktu dan kelompok subjek tertentu (Setia, 2016). Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah model moderasi dengan *romantic beliefs* sebagai *independent variable*, *romantic relationship satisfaction* sebagai *dependent variable*, dan sebagai *parasocial relationship* variable moderasi.

Prosedur

Penelitian ini diawali dengan tahap persiapan, dimana peneliti menentukan fenomena, variabel dan subjek dari penelitian yang akan dilakukan. Setelah menentukan topik penelitian, peneliti kemudian mengkaji literatur yang sudah ada dan berkonsultasi dengan dosen pembimbing terkait variabel dan urgensi penelitian. Setelah itu, peneliti menyusun pendahuluan sambil mencari alat ukur yang akan digunakan untuk mengukur ketiga variabel penelitian. Untuk menguji validitas dan reliabilitas dari alat ukur yang sudah diadaptasi ke dalam bahasa Indonesia, peneliti melakukan *try-out* terhadap 50 partisipan. Kemudian, peneliti melanjutkan proses pengambilan data dengan menyebarkan kuesioner alat ukur dalam bentuk *google form* kepada partisipan yang sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan melalui sosial media Instagram dan WhatsApp. Setelah data penelitian sudah terkumpul, peneliti kemudian melanjutkan pengolahan dan analisis data.

Instrumen

Instrumen yang digunakan untuk mengukur *parasocial relationship* adalah *Multiple-Parasocial Relationship Scale* dimensi *Parasocial-Love* (PSL) yang dibuat oleh Tukachinsky (2010) dengan nilai reliabilitas $\alpha = 0.90$. Alat ukur versi bahasa Indonesia digunakan untuk mengambil data dari penelitian Wardah & Uyun (2025) dengan reliabilitas $\alpha = 0.976$. Alat ukur terdiri dari sebelas item, namun setelah melalui tahap *tryout* peneliti memutuskan untuk mengeliminasi 1 item dari alat ukur karena memiliki nilai *corrected-item total correlation* yang minus. Alat ukur ini menggunakan format respon berupa skala likert 1-5, dimana 1 berarti "sangat tidak setuju" dan 5 berarti "sangat setuju". Skor *parasocial relationship* ditentukan oleh skor total yaitu, semakin tinggi skor berarti semakin kuat atau intens hubungan yang dibentuk, begitu juga sebaliknya. Skor *Cronbach's alpha* alat ukur ini adalah .85 dan rentang *corrected-item total correlation* mulai dari .396 - .732.

Instrumen yang digunakan untuk mengukur *romantic relationship satisfaction* adalah *Relationship Assessment Scale* (RAS) oleh Hendrick (1998) dengan koefisien reliabilitas $\alpha = 0.85$ yang telah diadaptasi ke bahasa Indonesia oleh Himawan (2017) dengan koefisien reliabilitas $\alpha = 0.779$. RAS terdiri dari tujuh item yang berupa skala *likert* 1-5, dimana 1 mewakili kepuasan rendah dan 5 mewakili

kepuasan tinggi. Skor kepuasan dalam suatu hubungan ditentukan oleh skor total yaitu, semakin tinggi skor berarti semakin tinggi kepuasan yang dirasakan dalam hubungan tersebut, begitu juga sebaliknya. Hasil tryout menunjukkan skor Cronbach's Alpha sebesar .806 dan validitas yang dilihat dari skor corrected-item total correlation dengan rentang .413 - .644. Sedangkan, pada data lapangan, skor Cronbach's Alpha-nya adalah .778 dan rentang corrected-item total correlation mulai dari .224 - .709..

Instrumen untuk mengukur *romantic beliefs* adalah *Romantic Beliefs Scale* (RBS) oleh Sprecher dan Metts (1989) dengan koefisien reliabilitas $\alpha = 0.81$ yang diadaptasi ke dalam bahasa Indonesia oleh Fakhri et al. (2020) dengan koefisien reliabilitas $\alpha = 0.807$. Alat ukur ini mengukur pandangan atau ideologi terhadap romantisme. RBS terdiri dari 15 item berupa skala likert dengan rentang 1-5, dimana 1 berarti "sangat tidak setuju" dan 5 berarti "sangat setuju". Skor *Cronbach's Alpha* berdasarkan hasil *tryout* alat ukur ini adalah sebesar .821 dan rentang skor *corrected-item total correlation* mulai dari .204 - .626. Sedangkan, data lapangan yang diperoleh memiliki skor *Cronbach's Alpha* sebesar .847 dan skor *corrected-item total correlation* dengan rentang .148 - .695.

Teknik Analisis

Peneliti menggunakan bantuan program IBM *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) untuk mengolah atau menganalisis data penelitian yang telah terkumpul. Adapun uji statistik yang digunakan adalah uji properti psikometri yaitu uji validitas dengan menggunakan *corrected-item total correlation* dan uji reliabilitas dengan menggunakan *cronbach alpha*. Sebelum melakukan uji hipotesis, peneliti terlebih dahulu melakukan uji asumsi klasik yaitu dengan uji normalitas residual, uji linearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolinearitas. Selanjutnya, dilakukan uji korelasi terhadap ketiga variabel dengan menggunakan *Pearson Product Moment*. Untuk menguji hipotesis penelitian, dilakukan uji moderasi dengan menggunakan *PROCESS v4.2 by Andrew F. Hayes*.

HASIL

Karakteristik partisipan

Terdapat sebanyak 118 partisipan yang mengisi kuesioner penelitian ini. Dimana sebagian besar partisipan adalah perempuan sebanyak 102 orang (86.44%), sedangkan laki-laki sebanyak 16 orang (13.56%). Partisipan memiliki rentang usia 18 hingga 25 tahun, dan mayoritas berusia 18 tahun (23.7%), berdomisili di Jawa Barat (23.73%), dimana kebanyakan telah menjadi fans K-Pop selama 4-6 tahun (33.9%), dan idola K-Pop yang paling banyak digemari berasal dari grup NCT (24.58%).

Tabel 1. Gambaran Data Demografis Partisipan

Karakteristik	Jumlah Partisipan (n)	Persentase (%)
Jenis Kelamin		
Laki-laki	16	13.56%
Perempuan	102	86.44%
Usia		
18 tahun	28	23.7%
19 tahun	8	6.8%
20 tahun	13	11%
21 tahun	23	19.5% ²
22 tahun	22	18.6%
23 tahun	16	13.6%
24 tahun	2	1.7%
25 tahun	6	5.1%
Domisili		
Bali	2	1.69%
Bajnten	21	17.8%
DIY Yogyakarta	4	3.39%
DKI Jakarta	21	17.8%
Jambi	1	0.85%
Jawa Barat	28	23.73%
Jawa Tengah	15	12.71%
Jawa Timur	13	11.02%
Kalimantan Barat	1	0.85%
Kalimantan Selatan	2	1.69%
Kalimantan Timur	3	2.54%
Lampung	1	0.85%
Riau	2	1.69%
Sumatera Barat	2	1.69%
Sumatera Selatan	1	0.85%
Sumatera Utara	1	0.85%
Lama Menjadi Fans K-Pop		
< 1 tahun	4	3.39%
1-3 tahun	20	16.95%
4-6 tahun	40	33.9%
7-9 tahun	24	20.34%
10-12 tahun	18	15.25%
> 12 tahun	12	10.17%
Group K-Pop yang Diidolakan		
BTS	21	17.8%
NCT	29	24.58%
Seventeen	15	12.71%
Treasure	7	5.93%
Enhypen	6	5.08%
EXO	10	8.47%
Blackpink	5	4.24%
Stray Kids	5	4.24%
Others	20	16.95%

Uji asumsi

Uji normalitas residual dengan menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* didapati nilai signifikansi $p = .06$, sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Pada data juga tidak terjadi multikolinieritas antara variabel independen dengan nilai VIF 1.089 ($VIF < 10$) dan tolerance = .918 (p

> .01), serta asumsi homoskedastisitas dengan metode uji *Glejser* terpenuhi dengan nilai signifikansi variabel *romantic beliefs* sebesar .668 dan *parasocial relationship* sebesar .430.

Analisis deskriptif

Tabel 2. Uji Statistik Deskriptif Data dan Korelasi antar Variabel

Variabel	Min.	Max.	Mean	SD	1	2	3
1. <i>Romantic beliefs</i>	22	73	55.75	8.79	1	.270**	.286**
2. <i>Romantic relationship satisfaction</i>	14	34	24.67	3.10	.270**	1	-.079
3. <i>Parasocial relationship</i>	17	50	40.28	7.13	.286**	-.079	1

Ket. ** $p < .01$

Pada tabel 1 dapat dilihat nilai minimal, maksimal, rata-rata, standar deviasi, dan hasil uji korelasi dengan asumsi data terdistribusi normal menggunakan *Pearson Product Moment*. Variabel *romantic beliefs* berkorelasi positif secara signifikan dengan variabel *romantic relationship satisfaction* ($r = .270$; $p < .01$). Hal ini mengindikasikan bahwa ketika individu memiliki kepercayaan yang tinggi akan romantisme, maka kepuasan dalam hubungan romantis yang dirasakannya juga akan semakin tinggi. Variabel *romantic beliefs* juga berkorelasi secara positif dengan variabel *parasocial relationship* ($r = .286$; $p < .01$), yang mengindikasikan bahwa semakin tinggi kepercayaan individu terhadap romantisme, maka semakin kuat juga *parasocial relationship* yang dimilikinya dengan idolanya. Sedangkan, variabel *romantic relationship satisfaction* tidak memiliki korelasi yang signifikan dengan variabel *parasocial relationship* ($r = -.079$; $p = .394$).

Uji hipotesis

Tabel 3. Uji Moderasi

Predictor	B	SE	t	p
	<i>Romantic relationship satisfaction</i>			
constant	31.489	12.24	2.573	.011
<i>Romantic beliefs</i>	-.023	.222	-.102	.919
<i>Parasocial relationship</i>	-.332	.303	-1.097	.275
<i>Romantic beliefs</i> x <i>Parasocial relationship</i>	.004	.005	.786	.434

Hasil uji moderasi pada tabel 2 menunjukkan nilai signifikansi (p) pada interaksi variabel *romantic beliefs* dengan *parasocial relationship* adalah sebesar .434, yang berarti $p > .05$. Maka, dapat disimpulkan bahwa *parasocial relationship* tidak memiliki peran sebagai moderator dalam hubungan antara *romantic beliefs* dengan *romantic relationship satisfaction*. Dengan demikian, berdasarkan hasil uji hipotesis yang dilakukan, penelitian ini menerima hipotesis *null* bahwa tidak terdapat peranan

moderasi *parasocial relationship* dalam hubungan antara *romantic beliefs* dengan *romantic relationship satisfaction* pada penggemar K-Pop di Indonesia yang berpacaran, dan menolak hipotesis satu.

Analisis tambahan

Tabel 4. Uji Beda Jenis Kelamin

	<i>t</i>	<i>df</i>	<i>p</i>
<i>Parasocial relationship</i>	.24	116	.811
<i>Romantic Beliefs</i>	1.82	116	.071
<i>Romantic Relationship Satisfaction</i>	.70	116	.485

Sebagai analisis tambahan, peneliti melakukan uji beda dengan uji *t* pada variabel *parasocial relationship*, *romantic beliefs*, dan *romantic relationship satisfaction* berdasarkan jenis kelamin. Hasil uji beda menemukan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara perempuan dengan laki-laki pada ketiga variabel.

Tabel 5. Uji Korelasi Durasi Menjadi Penggemar K-Pop

	<i>r</i>	<i>p</i>
	Durasi menjadi penggemar K-Pop	
<i>Parasocial relationship</i>	-.076	.412
<i>Romantic Beliefs</i>	-.109	.238
<i>Romantic Relationship Satisfaction</i>	.060	.521

Analisis tambahan juga dilakukan dengan melihat korelasi Pearson antara durasi lamanya menjadi penggemar K-Pop dengan ketiga variabel penelitian, dan didapati hasil bahwa tidak terdapat korelasi yang signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan antara lamanya menjadi penggemar K-Pop dengan perubahan pada ketiga variabel.

DISKUSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi lebih lanjut mengenai peranan moderasi dari variabel *parasocial relationship* dalam hubungan antara *romantic beliefs* dengan *romantic relationship satisfaction* pada populasi *emerging adulthood* penggemar K-Pop yang berpacaran di Indonesia. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *parasocial relationship* tidak memiliki peranan sebagai moderator dalam hubungan antara *romantic beliefs* dengan *romantic relationship satisfaction*. Hal ini berarti, korelasi yang terdapat antara *romantic beliefs* dengan *romantic relationship satisfaction* tidak

melemah ataupun menguat dengan adanya *parasocial relationship* yang dibangun oleh penggemar terhadap idolanya. Oleh karena itu, bagian ini akan berusaha membahas beberapa faktor yang kemungkinan berkaitan dan dapat menjelaskan hasil dari penelitian ini.

Jika dilihat dari hasil uji korelasi, variabel *parasocial relationship* tidak memiliki korelasi yang signifikan dengan *romantic relationship satisfaction*. Temuan ini menjelaskan bahwa hubungan dan keterlibatan semu yang dirasakan oleh penggemar k-pop tidak berkontribusi terhadap pengalaman dan kepuasan hubungan romantis yang mereka jalani. Hasil penelitian terbaru menjelaskan bahwa *parasocial relationship* memang dapat memenuhi kebutuhan emosional individu tetapi hubungan parasosial tidak dipersepsikan sebagai pengganti hubungan sosial dan fungsi interpersonal yang nyata (Lotun et al., 2024). Alasan lain yang bisa dipertimbangkan dijelaskan dalam hasil penelitian dari Elaine Paravati dan kolega (2024) bahwa dampak dan kontribusi dari hubungan parasosial muncul pada aspek evaluasi diri, seperti self-liking dan social comparison, daripada pada evaluasi kualitas hubungan romantis. Dengan demikian kepuasan hubungan romantis lebih banyak ditentukan oleh faktor-faktor interpersonal yang secara nyata dialami oleh individu dan bukan secara semu. Hal ini menjadi faktor yang menjelaskan tidak adanya peran moderasi dari *parasocial relationship* terhadap hubungan kedua variabel (Lotun et al., 2024).

Berbeda dari hasil penelitian ini, hasil penelitian dari Tukachinsky dan Dorros (2018) menemukan bahwa terdapat korelasi yang negatif antara *parasocial relationship* dengan *romantic relationship satisfaction*. Hal ini berarti bahwa hubungan parasosial menurunkan kualitas kepuasan hubungan romantis yang kemungkinan disebabkan oleh terjadinya *social exchange approach* dimana penggemar melebih-lebihkan "keuntungan" dari *parasocial relationship* dan menjadikan hal tersebut sebagai standar dari suatu hubungan romantis, sehingga memandang hubungan nyata dengan pasangannya menjadi lebih tidak menarik.

Lebih lanjut, Tukachinsky (2010) mengemukakan bahwa *parasocial relationship* terdiri dari dua faset, antara lain *physical attraction* dan *emotional involvement*. *Emotional involvement* ditemukan berperan dalam persepsi kepuasan hubungan sementara *physical attraction* tidak memiliki peran yang signifikan terhadap persepsi pasangan dan kepuasan hubungan, melainkan merupakan manifestasi dari ketertarikan secara seksual, bukan romansa. Hal ini diduga dapat menjadi argumen lain yang menyebabkan tidak adanya korelasi antara *parasocial relationship* dan *romantic relationship satisfaction* pada penelitian ini, jika penggemar K-pop mengidentifikasi intensitas hubungan parasosialnya lebih pada ketertarikan secara fisik dan bukan keterlibatan emosional yang dalam..

Dalam uji korelasi, penelitian ini menemukan bahwa *romantic beliefs* berkorelasi secara positif dengan *romantic relationship satisfaction*. Hasil ini juga sesuai dengan penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Angela dan Hadiwirawan (2016) dan Fakhri et al. (2020), yaitu ketika

individu semakin memiliki keyakinan akan cinta atau hubungan romantis maka akan semakin merasakan kepuasan yang tinggi terhadap hubungan romantis yang dijalaninya. Hal ini bisa disebabkan oleh persepsi individu yang terbentuk karena adanya *romantic beliefs*, dimana keyakinan seseorang terhadap cinta atau romantisme akan diikuti dengan perasaan bahagia dan harapan yang positif terhadap pengalaman hubungan romantis yang sedang atau akan dialaminya (Watkins & Beckmeyer, 2020).

Lebih spesifik, penelitian Angela dan Hadiwirawan (2016) menemukan bahwa terdapat korelasi yang positif antara dimensi *romantic beliefs* yaitu keyakinan cinta pada pandangan pertama dan cinta mengatasi rintangan dengan dimensi harapan dan masalah pada *romantic relationship satisfaction*. Keyakinan akan cinta pada pandangan pertama menunjukkan harapan positif yang dimiliki oleh individu untuk dapat menemukan cinta sejatinya bahkan ketika baru pertama kali bertemu. Kemudian, individu yang memiliki keyakinan bahwa cinta dapat mengatasi permasalahan yang muncul dalam hubungan akan cenderung memandang masalah tersebut secara lebih optimis. Hal ini juga yang kemudian berpengaruh terhadap peningkatan rasa cinta, komitmen, dan juga kepuasan individu terhadap hubungan romantis (Angela & Hadiwirawan, 2016).

Penelitian ini menghasilkan temuan yang baru dan berbeda dari penelitian sebelumnya, namun masih memiliki sejumlah keterbatasan. Partisipan dalam penelitian ini masih belum merata, dimana pada data demografis jenis kelamin, partisipan didominasi oleh perempuan dan memiliki perbedaan yang cukup jauh dengan jumlah partisipan laki-laki. Keterbatasan dalam dalam penelitian ini kemungkinan berkontribusi terhadap signifikansi dari hasil penelitian sehingga hasil penelitian memiliki daya generalisasi yang terbatas hanya kepada partisipasi penelitian saja. Penelitian ini juga tidak menyertakan pertanyaan seputar durasi atau lamanya individu dalam menjalin hubungan romantis dengan pasangannya, sehingga penelitian ini tidak dapat menjelaskan kontribusi dari faktor tersebut dalam hubungan antara ketiga variabel.

SIMPULAN

Penelitian ini menemukan bahwa *romantic beliefs* berhubungan secara positif dengan *romantic relationship satisfaction* khususnya pada *emerging adulthood* penggemar K-Pop yang sedang berpacaran. Uniknya, penelitian ini juga menemukan bahwa *parasocial relationship* tidak memiliki peranan moderasi pada hubungan antara kedua variabel tersebut. Hal ini berarti *parasocial relationship* yang dibangun oleh *emerging adulthood* yang menggemari K-Pop tidak memperkuat ataupun melemahkan hubungan *romantic beliefs* dengan *romantic relationship satisfaction*. Dengan demikian, penelitian ini menyajikan wawasan baru dan konteks yang menarik dalam memahami dinamika psikologis penggemar K-Pop di Indonesia, khususnya yang berkaitan dengan relasi romantis.

Berdasarkan hasil penelitian, para *emerging adulthood* yang menggemari K-Pop namun juga sedang menjalani hubungan romantis dengan pasangannya diharapkan membangun dan mengembangkan *romantic belief* yang sehat yang dibangun dari hubungan yang lebih nyata, karena berkontribusi langsung terhadap kepuasan hubungan romantis terlepas dari hubungan parasosial yang mereka miliki. Selain itu, untuk dapat tetap mempertahankan atau meningkatkan kepuasan yang dirasakan dalam suatu hubungan romantis, para *emerging adulthood* penggemar K-Pop dapat meningkatkan keyakinannya tentang cinta dan pasangan yang lebih positif dan optimis.

Penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan untuk menggunakan model mediasi atau desain penelitian lain untuk dapat menelusuri dinamika yang terjadi dalam hubungan kedua variabel secara lebih menyeluruh dengan jumlah partisipan yang lebih representatif.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penelitian ini mendapat hibah internal dari Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Pelita Harapan dengan no. penelitian P-71-FPsi/VII/2023.

REFERENSI

- Anderson, T. L., & Emmers-Sommer, T. M. (2006). Predictors of Relationship Satisfaction in Online Romantic Relationships. *Communication Studies*, 57(2), 153–172. <https://doi.org/10.1080/10510970600666834>
- Angela, E., & Hadiwirawan, O. (2022). Keyakinan cinta mengatasi rintangan dan ideal: Kaitan dengan cinta dan harapan pada hubungan romantis di dewasa awal. *Seurune : Jurnal Psikologi Unsyiah*, 5(1), 1–22. <https://doi.org/10.24815/s-jpu.v5i1.24644>
- Arnett, J. J. (2000). Emerging adulthood: A theory of development from the late teens through the twenties. *American Psychologist*, 55(5), 469–480. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.55.5.469>
- Chrisnatalia, M., Ajeng, F., Ramadhan, E., Psikologi, J., & Psikologi, F. (2022). Kepuasan hubungan romantis pada wanita dewasa awal yang menjalin hubungan pacaran jarak jauh (studi deskriptif). *Jurnal Psikologi: Media Ilmiah Psikologi Nusantara*, 20(2).
- Erickson, S. E., Harrison, K., & Dal Cin, S. (2018). Toward a Multi-Dimensional Model of Adolescent Romantic Parasocial Attachment. *Communication Theory*, 28(3), 376–399. <https://doi.org/10.1093/ct/qtx006>
- Fakhri, N., Buchori, S., Nur, H., & Fakhri, R. A. (2020). Romantic Belief and Quality of Marital Relationship Among Married People In Makassar. *Proceeding of The International Conference on Science and Advanced Technology (ICSAT)*, 759–768.
- Gómez-López, M., Viejo, C., & Ortega-Ruiz, R. (2019). Well-Being and Romantic Relationships: A Systematic Review in Adolescence and Emerging Adulthood. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16(13), 2415. <https://doi.org/10.3390/ijerph16132415>

- Hartmann, T. (2016). Parasocial Interaction, Parasocial Relationships, and Well-Being. In L. Reinecke & M.-B. Oliver (Eds.), *The Routledge Handbook of Media Use and Well-Being* (pp. 131–144). Routledge.
- Hendrick, S. S., Dicke, A., & Hendrick, C. (1998). The Relationship Assessment Scale. *Journal of Social and Personal Relationships*, *15*(1), 137–142. <https://doi.org/10.1177/0265407598151009>
- Himawan, K. K. (2017). Jealousy and relationship satisfaction among Indonesian dating adults. *PsyCh Journal*, *6*(4), 328–329. <https://doi.org/10.1002/pchj.195>
- Holmes, B. M., & Johnson, K. R. (2009). Where Fantasy Meets Reality: Media Exposure, Relationship Beliefs and Standards, and the Moderating Effect of a Current Relationship. In E. P. Lamont (Ed.), *Social Psychology: New Research* (pp. 117–134). Nova Science Publisher.
- Horton, D., & Richard Wohl, R. (1956). Mass Communication and Para-Social Interaction. *Psychiatry*, *19*(3), 215–229. <https://doi.org/10.1080/00332747.1956.11023049>
- Knee, C. R., & Bush, A. L. (2008). Relationship beliefs and their role in romantic relationship initiation. In S. Sprecher, A. Wenzel, & J. Harvey (Eds.), *Handbook of Relationship Initiation* (pp. 471–485). Psychology Press.
- Lee, W. (2015). The Effects of the Korean Wave (Hallyu) Star and Receiver Characteristics on T.V Drama Satisfaction and Intention to Revisit. *International Journal of U- and EService, Science and Technology*. <https://doi.org/https://doi.org/10.14257/ijunesst.2015.8.11.34>
- Liebers, N. (2022). Unfulfilled romantic needs: Effects of relationship status, presence of romantic partners, and relationship satisfaction on romantic parasocial phenomena. *Psychology of Popular Media*, *11*(2), 237–247. <https://doi.org/10.1037/ppm0000351>
- Lippman, J. R., Ward, L. M., & Seabrook, R. C. (2014). Isn't it romantic? Differential associations between romantic screen media genres and romantic beliefs. *Psychology of Popular Media Culture*, *3*(3), 128–140. <https://doi.org/10.1037/ppm0000034>
- Mattson, R. E., Frame, L. E., & Johnson, M. D. (2011). Premarital affect as a predictor of postnuptial marital satisfaction. *Personal Relationships*, *18*(4), 532–546. <https://doi.org/10.1111/j.1475-6811.2010.01315.x>
- Mustafa, F. L., & Halimah, L. (2018). Prosiding Psikologi Hubungan antara Social Skill dengan Parasocial Relationship (PSR) pada Wanita Dewasa Awal di Komunitas Exo-L Bandung. *Jurnal Prosiding Psikologi*, *4*(1), 224–232.
- Myers, D. G. (1999). Close relationships and quality of life. In *Well-being: The foundations of hedonic psychology* (pp. 374–391). Russell Sage Foundation.
- Osborn, J. L. (2012). When TV and Marriage Meet: A Social Exchange Analysis of the Impact of Television Viewing on Marital Satisfaction and Commitment. *Mass Communication and Society*, *15*(5), 739–757. <https://doi.org/10.1080/15205436.2011.618900>
- Papalia, D., Olds, S., & Feldman, R. (2009). *Human Development* (7th ed.). Mc Graw Hill.
- Perbawani, P. S., & Nuralin, A. J. (2021). Hubungan Parasosial dan Perilaku Loyalitas Fans dalam Fandom KPop di Indonesia. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, *9*(1), 42–54. <https://doi.org/10.30656/lontar.v9i1.3056>
- Putri Wardani, E., & Sari Kusuma, R. (2021). INTERAKSI PARASOSIAL PENGGEMAR K-POP DI MEDIA SOSIAL (Studi Kualitatif pada Fandom Army di Twitter) Parasocial Interaction of K-Pop Fans in Social Media (A Qualitative Study towards Army Fandom on Twitter). *Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, *7*(2), 243–260. <http://journal.ubm.ac.id/>
- Regan, P. C. (2003). *The matting game: A primer on love, sex, and marriage*. Sage Publications.
- Reizer, A., & Hetsroni, A. (2014). Media Exposure and Romantic Relationship Quality: A Slippery Slope? *Psychological Reports*, *114*(1), 231–249. <https://doi.org/10.2466/21.07.PR0.114k11w6>
- Sadasri, L. M. (2022). Parasocial Relationship dengan Selebritas (Studi Kualitatif pada Praktik Penggunaan Fandom Applications). *Jurnal Studi Pemuda*, *10*(2), 147. <https://doi.org/10.22146/studipemudaugm.70269>
- Setia, M. (2016). Methodology series module 3: Cross-sectional studies. *Indian Journal of Dermatology*, *61*(3), 261. <https://doi.org/10.4103/0019-5154.182410>

- Simon, R. W., & Barrett, A. E. (2010). Nonmarital Romantic Relationships and Mental Health in Early Adulthood. *Journal of Health and Social Behavior*, 51(2), 168–182. <https://doi.org/10.1177/0022146510372343>
- Simpson, J. A. (1987). The dissolution of romantic relationships: Factors involved in relationship stability and emotional distress. *Journal of Personality and Social Psychology*, 53(4), 683–692. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.53.4.683>
- Sprecher, S., & Metts, S. (1989). Development of the 'Romantic Beliefs Scale' and Examination of the Effects of Gender and Gender-Role Orientation. *Journal of Social and Personal Relationships*, 6(4), 387–411. <https://doi.org/10.1177/0265407589064001>
- Sprecher, S., & Metts, S. (1999). Romantic Beliefs: Their Influence on Relationships and Patterns of Change Over Time. *Journal of Social and Personal Relationships*, 16(6), 834–851. <https://doi.org/10.1177/0265407599166009>
- Stackert, R. A., & Bursik, K. (2003). Why am I unsatisfied? Adult attachment style, gendered irrational relationship beliefs, and young adult romantic relationship satisfaction. *Personality and Individual Differences*, 34(8), 1419–1429. [https://doi.org/10.1016/S0191-8869\(02\)00124-1](https://doi.org/10.1016/S0191-8869(02)00124-1)
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (2nd ed.). ALFABETA.
- Taylor, S. E., Peplau, L. A., & Sears, D. O. (2006). *Social Psychology*. Pearson Prentice Hall.
- Tridanti. (2019, February 26). *Jadi Gaya Hidup, Benarkah Fans KPop Kaya Raya atau Cuma Modal Kuota?* IDN Times.
- Tukachinsky, R. (2010). *Para-Romantic Love and Para-Friendships: Development and Assessment of a Multiple-Parasocial Relationships Scale*. http://digitalcommons.chapman.edu/comm_articles
- Tukachinsky, R., & Dorros, S. M. (2018). Parasocial romantic relationships, romantic beliefs, and relationship outcomes in USA adolescents: rehearsing love or setting oneself up to fail? *Journal of Children and Media*, 12(3), 329–345. <https://doi.org/10.1080/17482798.2018.1463917>
- Vannier, S. A., & O'Sullivan, L. F. (2017). Passion, connection, and destiny: How romantic expectations help predict satisfaction and commitment in young adults' dating relationships. *Journal of Social and Personal Relationships*, 34(2), 235–257. <https://doi.org/10.1177/0265407516631156>
- Wardah, Q. I., & Uyun, Z. (2025). Hubungan Parasocial Relationship dan Kontrol Diri dengan Minat Beli Layanan Ruangguru pada Penikmat Clash of Champions. *Jurnal Keilmuan Dan Keislaman*.
- Watkins, N. K., & Beckmeyer, J. J. (2020). Assessing Young Adults' Beliefs Regarding the Importance of Romantic Relationships. *Journal of Family Issues*, 41(2), 158–182. <https://doi.org/10.1177/0192513X19871080>.