

Analisis Perilaku Parasosial Penggemar Marvel melalui Konten di TikTok

Michelle Aurellia Kwok¹, Farid Rusdi^{2*}

¹Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jln Letjen S. Parman No. 1, Jakarta
Email: michelle.915220242@untar.ac.id

²Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jln Letjen S. Parman No. 1, Jakarta*
Email: farid@fikom.untar.ac.id

Masuk tanggal : 11-01-2025, revisi tanggal : 05-02-2025, diterima untuk diterbitkan tanggal : 15-03-2025

Abstract

This study explores parasocial behavior among Marvel fans through their content consumption patterns on TikTok, focusing on how algorithm-driven engagement and short-form audiovisual media strengthen emotional attachment to fictional characters and media franchises. As TikTok increasingly becomes a primary platform for fan culture expression, the phenomenon of parasocial relationships expands beyond traditional media and evolves into participatory digital behavior such as duets, stitches, edits, fan theories, and reaction videos. Using a qualitative descriptive approach, the research analyzes user interactions, recurring themes, and engagement indicators within selected TikTok Marvel fandom content. The findings reveal that TikTok's algorithmic personalization encourages repetitive exposure to Marvel-related content, leading to heightened perceived intimacy with characters such as Tony Stark, Loki, Wanda Maximoff, and Spider-Man. This emotional closeness manifests in behaviors such as defending characters in online debates, expressing grief over fictional events, and forming community identities around shared admiration. Additionally, creators and micro-influencers play a central role in sustaining parasocial involvement by framing narratives that invite emotional resonance and reinforcing fan belonging through targeted content. The study concludes that TikTok not only facilitates fan engagement but also amplifies parasocial dynamics by providing immersive, interactive media experiences. These findings contribute to broader discussions on digital fandom, media psychology, and the evolving nature of audience character relationships in the era of participatory social platforms.

Keywords: content, parasocial, Marvel fans, TikTok

Abstrak

Studi ini mengeksplorasi perilaku parasosial di kalangan penggemar Marvel melalui pola konsumsi konten mereka di TikTok, dengan fokus pada bagaimana keterlibatan berbasis algoritma dan media audiovisual berdurasi pendek memperkuat keterikatan emosional dengan karakter fiksi dan waralaba media. Seiring TikTok semakin menjadi platform utama untuk ekspresi budaya penggemar, fenomena hubungan parasosial meluas melampaui media tradisional dan berevolusi menjadi perilaku digital partisipatif seperti *duet*, *stitch*, *fan edit*, *fan theory* dan *fan reaction*. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, penelitian ini menganalisis interaksi pengguna, tema berulang, dan indikator keterlibatan dalam konten fandom Marvel TikTok terpilih. Temuan ini mengungkapkan bahwa personalisasi algoritmik TikTok mendorong paparan berulang terhadap konten terkait Marvel, yang mengarah pada peningkatan persepsi keintiman dengan karakter seperti Tony Stark, Loki, Wanda Maximoff, dan Spider-Man. Kedekatan emosional ini terwujud dalam perilaku seperti membela karakter dalam debat daring, mengungkapkan kesedihan atas peristiwa fiksi, dan membentuk identitas komunitas berdasarkan kekaguman bersama. Selain itu, kreator dan mikro-influencer

memainkan peran sentral dalam mempertahankan keterlibatan parasosial dengan membingkai narasi yang mengundang resonansi emosional dan memperkuat rasa memiliki penggemar melalui konten yang tertarget. Studi ini menyimpulkan bahwa TikTok tidak hanya memfasilitasi keterlibatan penggemar tetapi juga memperkuat dinamika parasosial dengan menyediakan pengalaman media yang imersif dan interaktif. Temuan ini berkontribusi pada diskusi yang lebih luas tentang *fandom* digital, psikologi media, dan perkembangan hubungan antar karakter penonton di era platform sosial partisipatif.

Kata kunci: konten, parasosial, penggemar Marvel, TikTok

1. Pendahuluan

Perkembangan media digital telah menciptakan bentuk baru dalam cara audiens berinteraksi dengan media, tokoh publik, maupun karakter fiksi. Interaksi yang sebelumnya bersifat satu arah dan pasif kini berkembang menjadi pengalaman yang lebih personal, partisipatif, dan berkelanjutan, di mana audiens tidak lagi sekadar menjadi penerima pesan, tetapi juga terlibat secara aktif dalam proses konsumsi dan produksi makna media. Perubahan ini memungkinkan audiens membangun hubungan emosional yang lebih intens dan berkesinambungan dengan konten yang mereka konsumsi. Platform TikTok sebagai salah satu media sosial yang paling berkembang pesat menghadirkan pengalaman konsumsi konten yang bersifat cepat, personal, dan interaktif melalui algoritma *For You Page* (FYP) (Bhandari, 2022). Algoritma ini memungkinkan pengguna untuk terus menerima konten yang sesuai dengan preferensi emosional dan pola interaksi mereka, sehingga menciptakan paparan konten yang berulang dan intens (Felaco, 2025). Paparan yang bersifat repetitif ini berperan dalam memperkuat keterlibatan emosional audiens serta membentuk pola konsumsi yang berkelanjutan terhadap konten tertentu. Dalam konteks budaya populer, fitur ini mendorong peningkatan keterlibatan terhadap *fandom* tertentu, khususnya Marvel Cinematic Universe (MCU) yang memiliki basis penggemar global yang luas dan aktif di media digital, baik sebagai konsumen maupun kreator konten, sehingga memperkuat eksistensi *fandom* dalam ruang digital. (Velasco & Dominguez-santos, 2024).

Marvel bukan hanya sekadar waralaba hiburan, tetapi telah berkembang menjadi fenomena budaya yang memengaruhi cara penggemar membangun identitas, preferensi hiburan, hingga hubungan emosional dengan karakter fiksi (Defelice & Stanley, 2024). Karakter-karakter Marvel tidak hanya diposisikan sebagai tokoh dalam narasi film, tetapi juga menjadi simbol nilai, emosi, dan representasi diri bagi para penggemarnya. Di TikTok, *fandom* Marvel tidak hanya ditemukan melalui konsumsi pasif terhadap konten, tetapi juga melalui produksi konten kreatif seperti *fan edits*, *reaction videos*, teori alur cerita, hingga konten emosional yang menyorot karakter seperti Tony Stark, Loki, Wanda Maximoff, dan Spider-Man (Atarama-rojas, Piura, & Feijoo, 2023). Pola konsumsi ini memperlihatkan adanya keterhubungan emosional yang intens antara penggemar dan karakter Marvel (Yao, 2024).

Fenomena ini berkaitan dengan konsep *parasocial relationship* atau hubungan parasosial, yaitu hubungan satu arah yang dirasakan penonton terhadap figur media yang dianggap dekat secara emosional meskipun tidak terjadi kontak interpersonal yang nyata (Mula-Márquez, 2024). TikTok memperkuat fenomena ini melalui format video pendek yang intim, konten berbasis suara karakter, serta fitur interaksi seperti komentar, *duet*, dan *stitch* yang menciptakan ilusi komunikasi dua arah (Wang & Shang, 2024). Dengan demikian, kemunculan hubungan parasosial tidak hanya terjadi

melalui selebritas atau aktor Marvel, tetapi juga dapat terbentuk melalui karakter fiksi itu sendiri (Yao, 2024). Dalam konteks TikTok, hubungan parasosial juga dipengaruhi oleh paparan konten yang bersifat repetitif dan terkurasi secara algoritmik, sehingga audiens terus dihadapkan pada narasi, emosi, dan representasi karakter yang sama. Kondisi ini memungkinkan terbentuknya persepsi keintiman yang lebih mendalam, di mana karakter fiksi diposisikan sebagai figur yang konsisten hadir dalam keseharian audiens dan berperan sebagai sumber afeksi, identifikasi, maupun pelarian emosional.

Sejumlah penelitian sebelumnya membahas hubungan parasosial dalam konteks selebritas, idol K-Pop, maupun konten YouTube. Namun, masih terbatas penelitian yang secara spesifik mengkaji perilaku parasosial penggemar Marvel di TikTok melalui sudut pandang konsumsi konten sebagai pemicu keterikatan emosional (Prameswari & Tanjung, 2025). Selain itu, karakteristik konten TikTok yang bersifat personal, cepat, dan interaktif menjadikannya ruang yang berbeda dibandingkan platform lainnya dalam mendorong pembentukan hubungan emosional semu (Khadadeh, 2023).

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini penting dilakukan untuk memahami bagaimana konsumsi konten Marvel di TikTok memengaruhi proses terbentuknya perilaku parasosial pada penggemarnya. Penelitian ini berupaya mengisi kesenjangan teoritis mengenai relasi antara algoritma media sosial, praktik fandom digital, dan psikologi audiens dalam era media interaktif, sekaligus memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai dinamika hubungan emosional antara penggemar dan karakter fiksi dalam budaya populer kontemporer.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini berupaya memahami fenomena parasosial secara mendalam berdasarkan pengalaman langsung penggemar Marvel dalam mengonsumsi konten di platform TikTok (Prameswari & Tanjung, 2025). Studi kasus digunakan untuk meneliti fenomena secara spesifik dan kontekstual pada situasi nyata, khususnya perilaku konsumsi konten dan hubungan emosional yang terbentuk antara penggemar dan karakter Marvel (Syakiroh, Yunawan, Imawan, & Wulandari, 2024).

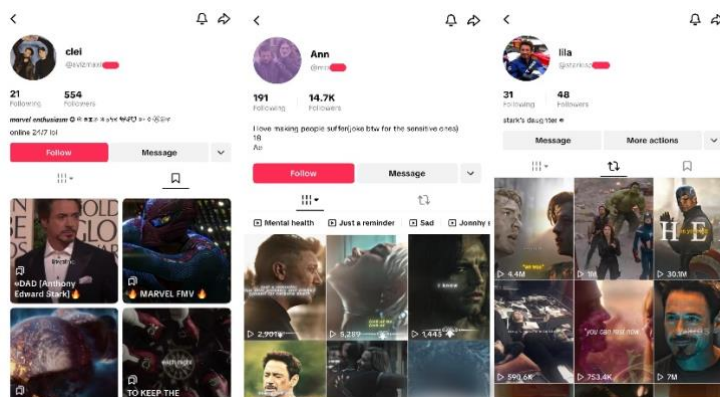
Subjek penelitian adalah penggemar Marvel yang aktif di TikTok, baik sebagai konsumen maupun kreator konten. Penentuan subjek dilakukan dengan teknik *purposive sampling*, yaitu memilih partisipan berdasarkan kriteria tertentu, seperti: (1) mengonsumsi konten Marvel secara rutin di TikTok, (2) berinteraksi dengan konten melalui komentar atau *stitch*, dan (3) menunjukkan indikasi perilaku parasosial. Data dikumpulkan melalui wawancara daring dan observasi konten TikTok preferensi partisipan.

Teknik analisis data menggunakan model Miles dan Huberman (1994), yang terdiri dari reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Data dari wawancara dan observasi dikategorikan berdasarkan tema seperti keterikatan emosional, identifikasi karakter, dan bentuk interaksi digital. Untuk menjamin keabsahan data, penelitian menggunakan triangulasi sumber dengan membandingkan informasi antar partisipan serta temuan observasi konten.

3. Hasil Temuan dan Diskusi

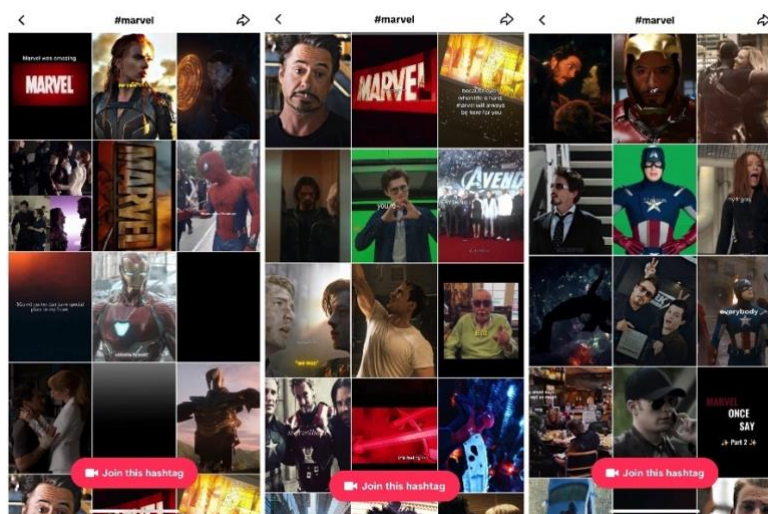
Hasil penelitian mengenai interaksi parasosial penggemar Marvel di TikTok menunjukkan bahwa platform digital ini menjadi ruang yang sangat aktif dalam membentuk hubungan satu arah antara penggemar dan figur fiksi Marvel. Hal ini menegaskan bahwa TikTok tidak hanya berfungsi sebagai media distribusi konten hiburan, tetapi juga sebagai ruang pembentukan relasi emosional yang bersifat personal dan berkelanjutan. Temuan awal menunjukkan bahwa tiga narasumber yaitu @sylvamaxim***, @mcu***, dan @starkispa*** memiliki sejarah panjang sebagai penggemar MCU, yang membuat keterlibatan emosional mereka semakin kuat saat mengonsumsi maupun memproduksi konten di TikTok. Pengalaman fandom jangka panjang ini berkontribusi pada kedalaman keterikatan emosional karena karakter Marvel telah menjadi bagian dari perjalanan emosional dan identitas penggemar. Ketiganya tidak hanya menikmati film Marvel sebagai hiburan, tetapi juga membangun hubungan emosional yang mendalam terhadap karakter dan *arc* Marvel yang mereka ikuti sejak lama. Hubungan ini menunjukkan bahwa keterikatan tidak berhenti pada teks film, melainkan berlanjut dalam praktik digital sehari-hari melalui media sosial.

Gambar 1. Profile Narasumber



Sumber: Dokumentasi Pribadi

Gambar 2. Konten TikTok



Sumber: Dokumentasi Pribadi #Marvel TikTok Hashtags

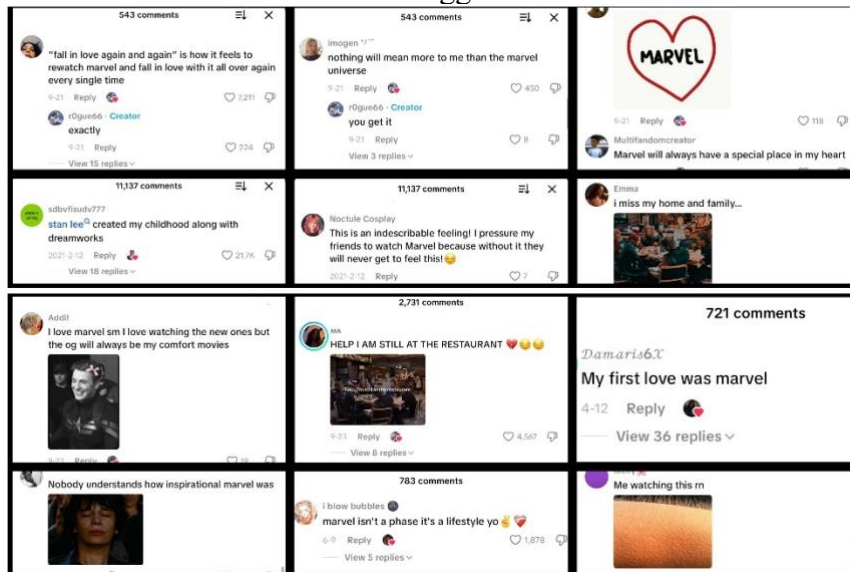
Melalui observasi konten TikTok, terlihat bahwa bentuk interaksi parasosial muncul dalam beberapa ekspresi yang berbeda. Pertama, penggemar menunjukkan keterikatan emosional melalui video edit, *fan-made videos (FMV)*, *point of view (POV)*, *headcanons*, dan *tribute videos*, hingga reaksi emosional terhadap adegan tertentu (Prameswari & Tanjung, 2025). Konten-konten ini merepresentasikan upaya penggemar untuk merekonstruksi ulang narasi Marvel sesuai dengan emosi dan pengalaman personal mereka. Konten semacam ini tidak hanya menunjukkan kekaguman, tetapi juga menjadi bentuk “pelestarian emosi” di mana penggemar mengekspresikan rasa cinta, kehilangan, atau kekaguman terhadap karakter tertentu seperti Iron Man, Black Widow, atau Captain America (Puspita, 2024). Melalui praktik ini, karakter fiksi diperlakukan seolah memiliki kehadiran emosional yang berkelanjutan dalam kehidupan penggemar. Konten ini mempertegas konsep keterikatan satu arah yang dikemukakan Horton & Wohl, di mana audiens merasa dekat meski tidak ada hubungan timbal balik nyata.

Kedua, penelitian menemukan adanya proses identifikasi yang kuat. Banyak penggemar meniru prinsip dan persona karakter Marvel, seperti keberanian Steve Rogers atau kecerdasan Tony Stark (Möri & Fahr, 2023). Identifikasi ini menunjukkan bahwa karakter Marvel berfungsi sebagai figur referensi psikologis dan simbolik bagi penggemar. Identifikasi ini tampak dari narasi yang mereka tulis pada *caption*, pilihan audio, serta tema edit video yang mereka buat. Identifikasi ini tampak dari narasi yang mereka tulis pada *caption*, pilihan audio, serta tema edit video yang mereka buat. Melalui elemen-elemen tersebut, penggemar secara tidak langsung mengaitkan nilai dan karakteristik tokoh Marvel dengan identitas diri mereka. Identifikasi tidak hanya terjadi pada karakter MCU, tetapi juga pada para aktor yang memerankannya, yang semakin diperkuat oleh potongan wawancara atau *behind the scenes* yang beredar di TikTok (Sadasri, 2022).

Ketiga, interaksi parasosial diperkuat oleh algoritma TikTok, yang menciptakan lingkaran konten Marvel melalui FYP. Ketika pengguna menyukai satu konten Marvel, platform terus merekomendasikan konten sejenis sehingga meningkatkan intensitas paparan (Wang & Shang, 2024b). Paparan yang berulang ini berperan penting dalam memperdalam persepsi keintiman dan kedekatan emosional penggemar terhadap karakter maupun kreator. Fenomena ini menciptakan *bubble fandom* yang membuat penggemar lebih sering mengalami kedekatan emosional dan eksposur terhadap karakter maupun kreator lain dalam komunitas Marvel (Yin, 2025). Dalam konteks ini, algoritma dapat dipahami sebagai aktor non-manusia yang secara aktif membentuk pengalaman emosional audiens.

Selain itu, fitur *duet*, *stitch*, dan komentar juga memperkuat dinamika parasosial. Penggemar merasa seolah-olah mereka “berinteraksi langsung” dengan figur atau karakter tertentu karena konten yang dihadirkan sangat personal dan audiovisual (Tiatri, 2024). Ilusi kedekatan ini semakin diperkuat ketika penggemar menerima respons atau pengakuan dari sesama anggota komunitas fandom. Bahkan ketika konten dibuat oleh sesama penggemar, bentuk ekspresi kreatif mereka dapat memicu rasa kedekatan yang sama seperti terhadap figur publik, menunjukkan bahwa interaksi parasosial tidak hanya terjadi dengan karakter fiksi, tetapi juga dengan kreator konten dalam komunitas itu sendiri (Puspita, 2024).

Gambar 3. Penggemar Marvel



Sumber: Dokumentasi Pribadi TikTok Comments Section

Dari wawancara, ketiga narasumber menyatakan bahwa aktivitas fandom di TikTok memberikan rasa kebersamaan, tempat pelarian emosional, serta ruang untuk mengekspresikan identitas diri. Fandom digital berfungsi sebagai komunitas afektif yang mempertemukan individu dengan pengalaman emosional serupa. Penggemar merasa komunitas ini memberikan dukungan emosional dan memfasilitasi hubungan sosial meskipun sifatnya digital. Namun, beberapa dampak maladaptif juga ditemukan, seperti konsumsi konten berlebihan dapat membuat ketergantungan emosional pada karakter, atau keterlibatan yang terlalu intens sehingga memengaruhi kehidupan nyata. Temuan ini menunjukkan bahwa interaksi parasosial memiliki potensi manfaat sekaligus risiko dalam kehidupan penggemar.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa TikTok menjadi medium yang sangat efektif dalam membentuk, memperkuat, dan mempertahankan interaksi parasosial penggemar Marvel. Hubungan parasosial tersebut terbentuk melalui interaksi kompleks antara karakter Marvel, kreativitas komunitas, dan mekanisme teknologi platform. Hubungan satu arah ini tidak hanya dipengaruhi karakter Marvel itu sendiri, tetapi juga oleh mekanisme platform, kreativitas komunitas, serta kebutuhan emosional individu sebagai bagian dari identitas digital mereka.

4. Simpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa interaksi parasosial penggemar Marvel di TikTok terbentuk melalui kombinasi antara karakteristik media digital, kreativitas pengguna, serta kedalaman keterikatan emosional terhadap karakter dan aktor MCU. TikTok, dengan format video pendek dan algoritma yang sangat personal, menjadi ruang yang memfasilitasi hubungan satu arah yang terasa semakin nyata bagi para penggemar. Melalui konten seperti, *FMV*, *POV edits*, *headcanons*, *tribute videos*, teori cerita, hingga reaksi emosional terhadap adegan tertentu, penggemar mengekspresikan rasa kagum, cinta, kehilangan, dan identifikasi yang kuat dengan karakter Marvel.

Proses identifikasi terlihat jelas ketika penggemar meniru nilai, sifat, hingga persona karakter seperti Tony Stark atau Steve Rogers. Melalui caption, pilihan audio,

maupun gaya penyajian konten, penggemar menghubungkan diri mereka dengan tokoh Marvel sebagai bagian dari identitas personal. Selain itu, algoritma TikTok memperkuat dinamika parasosial dengan menciptakan *bubble fandom* yang terus menampilkan konten serupa di FYP, sehingga meningkatkan paparan dan memperdalam hubungan emosional penggemar.

Fitur-fitur interaktif seperti komentar, *duet*, dan *stitch* memberi ilusi kedekatan langsung dengan karakter maupun kreator lain. Bahkan interaksi antar-penggemar dapat menimbulkan rasa kedekatan dan keterhubungan emosional yang serupa dengan hubungan parasosial terhadap figur publik. Dengan demikian, hubungan parasosial yang terbentuk bukan hanya dengan karakter MCU, tetapi juga dengan kreator konten yang berperan sebagai mediator *fandom*.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa TikTok memiliki peran signifikan dalam memperkuat interaksi parasosial penggemar Marvel melalui mekanisme algoritma, ekspresi kreatif, dan budaya partisipatif, sehingga menciptakan pengalaman fandom yang intens, personal, dan berkelanjutan.

5. Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara, serta seluruh pihak yang telah mendukung penelitian ini.

6. Daftar Pustaka

- Atarama-rojas, T., Piura, U. De, & Feijoo, B. (2023). Social Audience and Emotional Bonding in Marvel ' s Transmedia Phenomenon : An Exploration of Peruvian Digital Communities. *International Journal of Communication*, 17, 3054–3071.
- Bhandari, A. (2022). Why ' s Everyone on TikTok Now ? The Algorithmized Self and the Future of Self-Making on Social Media. *SAGE Open*, 2(1). <https://doi.org/10.1177/20563051221086241>
- Defelice, C., & Stanley, K. (2024). Always Rooting for the Anti-Hero: A Mixed-Method Social Media Analysis of Inter-Fandom Discourse in Response to the Phase 4 Diversity Initiative in the Marvel Cinematic Universe. *The Journal of Social Media in Society*, 13(2), 151–174.
- Felaco, C. (2025). Making Sense of Algorithm : Exploring TikTok Users ' Awareness of Content Recommendation and Moderation Algorithms. *International Journal of Communication*, 19, 1081–1102.
- Khadadeh, M. (2023). Shippers and Kinnies : Re-conceptualizing Parasocial Relationships with Fictional Characters in Contemporary Fandom. *FDG*, 2(1). <https://doi.org/10.1145/3582437.3582476>
- Möri, M., & Fahr, A. (2023). Parasocial interactions with media characters : the role of perceived and actual sociodemographic and psychological similarity. *Frontiers in Psychology*, (December), 1–11. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1297687>
- Mula-Márquez, Y. (2024). Parasocial relationships and identification with fictional characters in adolescents and adults : a systematic review. *Research Square*, 1(2), 1–27.
- Prameswari, A., & Tanjung, S. (2025). Fandom dan interaksi parasosial dalam TikTok Fandom and parasocial interaction in TikTok. *Jurnal Mahasiswa Komunikasi*

- Cantrik*, 5, 1–20. <https://doi.org/10.20885/cantrik.vol5.iss1.art1>
- Puspita, R. (2024). Jumpa Penggemar Artis dari Lensa Interaksi Parasosial Virtual. *PIKMA*, 6(11956), 503–517.
- Sadasri, L. M. (2022). Parasocial Relationship dengan Selebritas (Studi Kualitatif pada Praktik Penggunaan Fandom Applications). *Jurnal Studi Pemuda*, 10. <https://doi.org/10.22146/studipemudaugm>.
- Syakiroh, A., Yunawan, S. R. A. N., Imawan, K., & Wulandari, S. (2024). Parasocial Versus Public Figure on Tiktok Social Media: A Psychoanalytic Perspective. *Journal Transnational Universal Studies*, 3(5), 253–264. <https://doi.org/10.58631/jtus.v3i5.99>
- Tiatri, S. (2024). VIRTUAL BONDS IN THE AESTHETIC REALM : PARASOCIAL INTERACTIONS WITH TIKTOK INFLUENCERS ON YOUNG ADULTS ' WELL-BEING. *International Journal of Application on Social Science and Humanitie*, 2(4), 85–93.
- Velasco, A. H., & Dominguez-santos, S. (2024). Digitalization of cultural industries : Evidence from the of fi cial Spider-Man movie TikTok account. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 0(0), 1–30. <https://doi.org/10.1177/13548565241253904>
- Wang, X., & Shang, Q. (2024a). Acta Psychologica How do social and parasocial relationships on TikTok impact the well-being of university students ? The roles of algorithm awareness and compulsive use. *Acta Psychologica*, 248(May), 104369. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2024.104369>
- Wang, X., & Shang, Q. (2024b). How do social and parasocial relationships on TikTok impact the well-being of university students? The roles of algorithm awareness and compulsive use. *Acta Psychologica*, 248(March), 104369. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2024.104369>
- Yao, S. (2024). Research On Marvel ' s Marketing Model : An Analysis of Digital Marketing and Synergistic Effect. *Highlights in Business, Economics and Managemen*, 41, 329–334.
- Yin, J. (2025). From Connection to Isolation : The Role of TikTok Algorithmic Personalization in Computational Media and Cross-cultural Communication. *Proceedings of the 4th International Conference on Literature, Language, and Culture Developmen*, 1, 44–52. <https://doi.org/10.54254/2753-7064/61/2025.20620>