

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Penggemar merupakan individu yang terobsesi dengan tokoh publik seperti pemusik, pemain film, olahragawan, dan lain sebagainya (Ute Lies, Rully Khairul, 2019). Menurut Jenkins (Ute Lies, Rully Khairul, 2019) penggemar memiliki kreativitas simbolik yang merupakan adanya partisipasi secara aktif terhadap kepopuleran tokoh idola yang mereka gemari. Gooch (Ute Lies, Rully Khairul, 2019) menyatakan seorang penggemar mereka menciptakan beberapa bentuk budaya yang terdiri dari: (1) *Fanspeak* yang merupakan kata-kata atau sebuah ungkapan yang diciptakan oleh kelompok tersebut, (2) *Fanfiction* merupakan penggemar yang menulis sebuah karya fiksi yang memiliki cerita unik yang dihasilkan dari konsumsi media, dan (3) *Fanart* merupakan seorang penggemar yang menuangkan kreativitasnya dalam sebuah gambar.

Industri musik Korea Selatan yang sering disebut dengan *Korean Pop* (K-pop) saat ini telah menyebar ke seluruh penjuru dunia termasuk Indonesia, dimana menurut Shim (2006) *Hallyu* atau *Korean Wave* merupakan istilah budaya Korea yang diciptakan untuk tersebarnya pop Korea secara global di berbagai negara termasuk di Indonesia. Musik K-Pop merupakan aliran musik yang digemari oleh para remaja maupun dewasa, dimana musik K-Pop sendiri adalah sebuah aliran musik yang memadukan *vocal*, *dance*, dan *visual* serta konsep penampilan musik yang

unik dan menarik. Penyanyi K-Pop dikenal dengan sebutan *idol*, dimana *idol* tersebut selain bernyanyi dan menari mereka juga mengutamakan interaksi dengan para penggemarnya baik secara langsung saat konser maupun secara online melalui aplikasi seperti *VLIVE* dan *Weverse*, dimana dalam aplikasi tersebut para *idol* bisa melakukan kegiatan *live streaming* untuk menyapa para penggemarnya.

Masyarakat Indonesia kebanyakan menganggap bahwa penggemar K-Pop adalah sekumpulan orang yang menyukai secara berlebihan kepada *idol* yang bahkan sama sekali tidak mengenalnya atau disebut dengan cinta satu arah dimana mereka para penggemar dalam menyalurkan perasaan sukanya dengan cara memberikan rasa cinta kepada sang idola, namun tidak sedikit dari beberapa penggemar dalam memberikan rasa cinta kepada idolanya menjadi berlebihan sehingga mengakibatkan pemujaan pada idola atau yang disebut dengan *celebrity worship* (Maltby et al., 2005).

Celebrity worship memiliki keterkaitan hubungan dengan kecanduan (*addiction*) dan kriminal. Kata kriminal disini adalah merujuk pada perilaku *sasaeng fans*. Lee (2018) *Sasaeng fans* adalah istilah untuk penggemar yang tidak ragu untuk menguntit kehidupan pribadi sang idola yang mereka sukai. Hal yang dilakukan para *sasaeng fans* biasanya mengikuti sang idola kemanapun idolanya pergi bahkan sampai membeli informasi sang idola seperti nomor kamar hotel sang idolanya tinggal, tanggal, jam, serta tempat duduk pesawat idolanya sehingga membuat sang

idolanya merasa terganggu dan tidak nyaman. Dilansir dari Kapanlagi.com “*sasaeng* pasang kamera tersembunyi di kamar hotel Exo” Luhan mantan member Exo mengaku pernah mengalami hal yang tidak menyenangkan dimana Luhan Exo menemukan kamera tersembunyi di kamar hotelnya, dalam kejadian tersebut tertangkap foto Luhan sedang makeup di ruangan kamar hotel tersebar ke dunia maya. Hal tersebut membuat para *fans* Exo atau yang disebut dengan Exo-L marah karena tingkah *sasaeng* tersebut sudah melanggar hukum.

Di lansir dari Liputan6.com hal semacam pernah dialami oleh Taecyon 2PM, dimana Taecyon 2PM pernah mendapatkan surat berdarah yang bertuliskan “*Taecyon, kamu tidak bisa hidup tanpaku*” kemudian *sasaeng fans* tersebut mengklaim bahwa surat tersebut ditulis menggunakan darah menstruasinya. Karena banyaknya insiden yang terjadi hal semacam ini membuat perusahaan hiburan enggan untuk menindak perbuatan *sasaeng fans* tersebut. Para penggemar K-Pop dalam menggemari suatu *boyband* Korea biasanya memiliki *Bias*. *Bias* adalah seorang idola yang paling disukai dalam sebuah grup atau dari beberapa member salah satu idola yang menjadi favorit bagi seorang penggemar (Lee, 2018)

Menurut Maltby et al. (2004) *celebrity worship* dapat diartikan sebagai suatu kegiatan menyukai seorang selebriti atau idola yang dimana hal tersebut dapat mempengaruhi kehidupan sang penggemar dan dapat digambarkan sebagai obsesif terhadap sesuatu. Bagi sebagian orang,

celebrity worship merupakan hal yang tidak sehat. Namun, ketika seorang selebriti atau idola memberikan contoh yang baik dan dapat membantu seorang penggemar untuk mencapai cita-citanya, maka *celebrity worship* dapat menjadi hal yang dapat meningkatkan kehidupan sang penggemar. Jika seorang penggemar mengidolakan seseorang atas prestasi mereka, dan prestasi tersebut dapat memacu sang penggemar untuk dapat meningkatkan kualitas dirinya, maka mengagumi selebriti dapat memberikan pengaruh yang positif pada dirinya bahkan baik untuk kesehatan mental mereka.

Dampak positif yang didapatkan dari *celebrity worship* menurut Maltby, et al. (2003) adalah jika seorang idola menjadi inspirasi bagi para penggemarnya dalam meraih prestasi dan mengembangkan kreatifitas. Hal tersebut dapat menjadikan seorang penggemar menjadi sosok yang disiplin dalam melakukan pekerjaan serta membuat penggemar meniru gaya hidup yang positif dari para idolanya. Namun terdapat dampak negatif yang diakibatkan dari *celebrity worship*. Sheridan et al., (2007) mengatakan bahwa *celebrity worship* dapat menimbulkan perilaku konsumtif, yaitu para penggemar akan selalu membeli barang-barang terkait idolanya, bagi sebagian orang akan merasa rendah diri, dapat menurunkan kinerja belajar, memiliki *body image* yang rendah dan memiliki pandangan bahwa kecantikan, uang dan popularitas mampu membuat kebahagiaan.

Dalam *celebrity worship* terdapat tiga aspek menurut Maltby et al., (2005) yaitu (1) *Intertainment Social* merupakan penggemar yang selalu

mencari informasi yang berkaitan dengan tokoh idola yang disukainya. Hal tersebut dilakukan dengan cara membicarakan tokoh idolanya dengan sesama penggemar, (2) *Intens Personal Feeling* merupakan perasaan yang bersifat intens dan kompulsif yang dimiliki penggemar terhadap tokoh idolanya, dimana penggemar memiliki hubungan yang kuat dengan tokoh idola sehingga membuat para penggemar ingin selalu mengetahui segala hal tentang idolanya, dan (3) *Borderline pathological* merupakan tingkatan yang paling tinggi dari *celebrity worship*, dimana penggemar bersedia melakukan apapun demi idolanya meskipun hal tersebut dapat melanggar norma dan hukum. Dalam hal ini pemikiran sang penggemar tidak rasional dan tidak terkontrol.

Dalam hal ini peneliti memilih penggemar K-Pop dengan usia 20-40 tahun untuk dijadikan responden dalam penelitian ini atau bisa dikatakan responden yang memasuki masa dewasa awal. Hal ini dikarenakan individu dengan usia dewasa awal umumnya lebih terfokus pada karir, persahabatan, sosial, dan mulai mencari pasangan hidup. Hal ini sesuai dengan teori perkembangan psikososial Erikson (Mokalu & Boangmanalu, 2021) yang menyatakan bahwa individu yang memasuki fase dewasa muda mulai belajar untuk bermasyarakat, memelihara persahabatan, berkarir, dan mulai berbagi dengan orang lain serta tampil sebagai orang yang mencintai.

Namun, dalam kenyataannya, para individu yang memasuki masa dewasa awal banyak yang menggemari K-Pop hingga melakukan perilaku

celebrity worship. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Oktavinita dan Ambarwati (2022) yang berjudul "*Psychological Well-Being on Celebrity Worship Levels in Early Adult Korean Pop (K-Pop) Fans*" bahwa temuan dalam penelitian ini menunjukkan partisipan dewasa awal dalam penelitian ini memiliki tingkat *celebrity worship* yang berada pada kategori *entertainment social* yaitu menghabiskan waktu untuk mencari hiburan terkait idolanya, berbagi informasi dengan sesama penggemar terkait idolanya, serta mengikuti seluruh aktivitas idolanya di media sosial karena takut jika ketinggalan informasi terkait idolanya. Tak hanya itu, partisipan dalam penelitian ini juga berada pada tingkat *intense personal* dalam perilaku *celebrity worship*, yaitu muncul obsesif dan rasa empati yang tinggi serta memiliki pikiran bahwa memiliki ikatan khusus dengan idolanya. Dalam penjelasan tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan pada tanggal 25 Desember 2022 mendapatkan hasil bahwa subjek pertama dengan inisial SYP dengan usia 22 tahun mengatakan pernah mengalami ditolak oleh pria yang subjek sukai pada tahun 2019 lalu. Hal tersebut membuatnya takut untuk mencintai siapapun dan saat subjek bersedih, subjek tidak memiliki teman untuk bercerita dan selalu merasa kesepian. Hal tersebut membuat subjek beralih dalam dunia K-Pop untuk menghilangkan rasa sedih dan sepi. Subjek merasa bahwa tidak ada lelaki yang menyukainya dan berfikir hal tersebut terjadi karena keadaan wajahnya

yang *breakout*, karena setiap menyukai seorang lelaki subjek selalu ditolak hal tersebut membuat subjek merasa rendah diri. Subjek selalu menganggap *bias*-nya sebagai kekasihnya dan subjek rela melakukan apapun salah satunya selalu membeli barang-barang yang berhubungan dengan *bias*-nya meskipun itu mahal dan barangnya jauh dari rumah, salah satu contohnya adalah saat ada *brand* kopi yang mengeluarkan kemasan serta ada foto *bias*-nya, dan kopi tersebut dijual lumayan jauh dari rumahnya, tanpa berfikir panjang subjek langsung membeli kopi tersebut hanya untuk memenuhi kesenangan batinnya saja. Subjek juga pernah mengalami wajah yang *breakout* atau kondisi wajah yang berjerawat namun saat memiliki uang subjek lebih memilih uangnya tersebut untuk membeli album idolanya daripada membeli *skincare*.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan pada tanggal 26 Desember 2022 mendapatkan hasil bahwa subjek kedua yang berinisial DA dengan usia 22 tahun pernah mengalami trauma karena putus cinta dengan mantan kekasihnya, semenjak putus dengan mantan kekasihnya subjek merasa kesepian karena selalu terbiasa menceritakan kesehariannya dengan pasangannya hal tersebut membuat subjek menangis beberapa hari karena putus cinta. Setelah putus, subjek merasa bahwa dirinya tidak pantas untuk siapapun dengan keadaan fisiknya yang mengalami penurunan berat badan secara drastis dan menganggap bahwa jika dirinya cantik dan memiliki tubuh ideal seperti *idol* K-Pop pasti tidak akan ditinggalkan oleh kekasihnya. Subjek juga berfikir jika memulai hubungan

baru dengan pria, subjek selalu khawatir akan patah hati dan diselingkuhi sehingga subjek menganggap bahwa mencintai pria K-Pop adalah hal yang paling aman karena merasa tidak akan ditinggalkan dalam hal ini subjek selalu menganggap bahwa *bias*-nya adalah kekasihnya sendiri dan selalu menghalusinasikannya disetiap malam.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan pada tanggal 26 Desember 2022 mendapatkan hasil bahwa subjek ketiga yang berinisial NA dengan usia 21 tahun pertama kali masuk dalam dunia K-Pop diawali pada pertengahan tahun 2020 dimana saat pandemi *Covid-19* subjek merasa jenuh, kesepian, dan juga pusing akan tugas-tugas kuliah yang menumpuk hingga akhirnya menyukai K-Pop sebagai hiburannya. Alasan lain subjek mengikuti K-Pop juga karena pernah mengalami konflik dengan sahabatnya yang pada saat itu selalu bersamaan. Namun, subjek dan sahabatnya tidak dapat menyelesaikan masalahnya tersebut hingga saat ini. Hal itu membuat subjek merasa kesepian dan tidak punya teman karena sahabatnya merupakan teman satu-satunya yang paling dekat dengan subjek sehingga subjek merasa kehilangan teman dan rasa sepi nya membuat subjek mencari peralihan ke hal lain yaitu K-Pop. Subjek juga merasa bahwa dirinya tidak pandai untuk beradaptasi dengan lingkungan dan teman baru sehingga saat kehilangan sahabatnya subjek merasa sedih.

Rendahnya harga diri (*self esteem*) menyebabkan individu untuk melakukan perilaku *celebrity worship* dikarenakan takut mendapatkan penolakan dari lingkungan sekitar. Individu dengan *self esteem* yang

rendah sulit untuk bersenang-senang secara personal maupun sosial karena adanya ketakutan akan penolakan atau merefleksikan diri kearah *ideal self* atau kondisi dimana seseorang ingin melihat dirinya seperti yang diinginkan, sehingga individu dengan *self esteem* yang rendah akan merasa aman dan nyaman sehingga menganggap bahwa idolanya merupakan gambaran *ideal self* bagi dirinya (Derrick et al., 2008)

Penelitian yang dilakukan oleh Luthfi dan Harsono (2022) berjudul “Pengaruh harga diri terhadap *celebrity worship* pada penggemar K-Pop dewasa awal di Kota Malang” menunjukkan bahwa penggemar K-Pop dewasa awal di Kota Malang memiliki hubungan yang signifikan antara *self esteem* dengan *celebrity worship*, dimana semakin rendah *self esteem* maka semakin tinggi perilaku *celebrity worship*-nya, dan begitupun sebaliknya semakin tinggi *self esteem* maka semakin rendah perilaku *celebrity worship*-nya.

Menurut Laksono dan Noer (2021) individu yang mendapat respon negatif dari lingkungan sosial menyebabkan individu merasa kesepian. Sehingga dengan melakukan *celebrity worship* individu dapat berhubungan dengan tokoh idolanya dan rasa kesepian yang dirasakan dapat dilengkapi. Menurut Aufa et al. (2019) ada beberapa faktor yang bisa memicu terjadinya perilaku *celebrity worship* pada remaja diantaranya yaitu usia, jenis kelamin, *cognitive flexibility*, *self esteem*, dan *loneliness*.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Malahayati (2018) yang berjudul “Hubungan antara kesepian dan *celebrity worship* pada penggemar K-Pop dewasa awal” menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara *loneliness* dengan *celebrity worship* pada taraf yang cukup kuat, dimana semakin tinggi *loneliness* yang dimiliki maka semakin tinggi pula perilaku *celebrity worship*-nya, dan begitupun sebaliknya semakin rendah tingkat *loneliness* yang dimiliki maka semakin rendah pula perilaku *celebrity worship*-nya.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Hubungan Antara *Self Esteem* dan *Loneliness* dengan *Celebrity Worship* pada Penggemar K-Pop”.

B. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji secara empiris hubungan antara *self esteem* dan *loneliness* dengan *celebrity worship* pada penggemar K-Pop.

C. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis maupun secara praktis kepada berbagai pihak. Adapun manfaat ini sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam pengembangan ilmu pengetahuan psikologi terutama dalam

bidang psikologi sosial tentang hubungan *self esteem* dan *loneliness* dengan *celebrity worship*.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi penggemar K-Pop

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan informasi mengenai hubungan antara *self esteem* dan *loneliness* dengan *celebrity worship*.

b. Bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya dalam mengkaji bidang yang sama guna menyempurnakan hasil penelitian ini.