

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Kesuksesan drama Korea yang masuk dalam Indonesia membuat masyarakat Indonesia berbondong-bondong tertarik pada musik K-Pop yang awalnya hanya menyukai *soundtrack* dari drama yang ditayangkan pada televisi (Liani & Rina, 2020). Menurut KOCIS (Dinas Kebudayaan dan Informasi Korea) (Fatimah, Noviekayati, & Rina, 2021) alasan masyarakat Indonesia menyukai musik K-Pop ialah pembawaan musiknya yang bersemangat dan terlihat unik, sehingga hal tersebut tak bisa dipisahkan dari masyarakat Indonesia.

Banyaknya penggemar K-Pop memicu munculnya sekelompok penggemar dari macam-macam idol yang mereka sukai dengan sebutan *fandom* (Putri & Savira, 2021). Lewis (Sa'diyah, 2019) menjelaskan arti *fandom* yaitu kondisi dimana seseorang menyukai suatu hal meliputi budaya maupun perilaku selebriti yang ia kagumi. Pada kala ini, masyarakat luas lebih mengenal kata penggemar dengan konotasi negative sebagai seseorang yang menutup diri dari sosial, belum mampu dalam suatu pekerjaan, dan juga diibaratkan sebagai seseorang yang tidak dapat menjalani kehidupan yang wajar (Siuda dalam Ghazwani, 2019).

Penggemar akan melakukan apa saja untuk memperlihatkan rasa kagumnya pada selebrity (Benu, Takalapeta, & Nabit, 2019). Berita yang dilansir oleh Okezone (2019) fans *Stray Kids* yang biasa disebut *Stay* memadati bandara Soekarno-Hatta untuk menyambut kedatangan idol mereka untuk menggelar konser

solo pertama Stray Kids di Indonesia. Kedatangan idol ke tanah air tak seindah yang dibayangkan, ketika sosok idol Woojin keluar dari *gate* untuk masuk ke dalam bis, penggemar mulai berhamburan untuk mendekati Woojin sehingga suasana menjadi rusuh dan tak terkontrol.

Fenomena lainnya dapat terlihat pada saat konser NCT bertajuk *NCT 127 2<sup>nd</sup> Tour Neo City : Jakarta – The Link*, dua remaja yang diduga menjadi pelaku kisruh saat konser ketika member NCT sedang membagikan bola spesial pada penonton. Kejadian kisruh tersebut diawali dengan aksi dorong-dorongan untuk mendapatkan bola tersebut dan akhirnya konser diakhiri 30 menit lebih awal dari *schedule*. Dalam postingan di media sosial, terlihat dua remaja yang diduga pelaku kejadian kisruh berada di posisi depan terjatuh hingga terkena *barikade*, namun hal tersebut tidak membuat dua remaja tersebut hilang kendali untuk merekam idol yang ada di panggung, mereka tetap merekam dan tidak ada rasa empati untuk penonton lain yang ada di sampingnya untuk membantu karena saling terjatuh. Aksi tersebut dilakukan agar mereka mendapat perhatian atau sekedar idol yang mereka sukai melihat mereka (Liputan6, 2022).

Dilihat dari fenomena-fenomena di atas, menunjukkan bahwa pengaruh dari ketenaran idol K-Pop ialah membuat para penggemarnya menunjukkan rasa cintanya hingga tak tahu bahwa apa yang ia lakukan sudah melebihi batas sehingga memicu aksi yang dapat membuat idol ataupun orang lain terluka akibat dari rasa cinta yang menggebu-gebu (Etikasari, 2018). Sikap fanatic muncul akibat perilaku yang berlebihan dalam hal memuaskan diri sendiri bagi penggemar (Wulansari, Sufiah, & Prasetyo, 2020).

Sebenarnya menyukai idol adalah sebuah hal yang lumrah pada remaja untuk mengembangkan identitas diri mereka (Lin & Lin dalam Benu, Takalapeta, & Nabit, 2019), namun hal tersebut akan menjadi suatu permasalahan jika hal tersebut menjadi suatu obsesi yang berlebihan (Benu, Takalapeta, & Nabit, 2019). Seringkali penggemar K-Pop dianggap melampaui batas dalam hal mengekspresikan rasa sukanya sehingga dipandang sebagai penggemar yang fiksasi, posesif, bahkan suka berkhayal (Zahrotustianah & Puspitasari dalam Ayu & Astiti, 2020).

Menurut survey yang telah dilakukan oleh Kumparan pada 100 penggemar K-Pop, menemukan hasil bahwa 57% penggemar K-Pop ialah remaja yang berusia 12 hingga 20 tahun (Kumparan, 2017). Dalam lingkup penggemar K-Pop, terdapat istilah untuk membedakan penggemar sesuai dengan *gender*-nya, yaitu terbagi menjadi *fangirl* untuk penggemar perempuan dan *fanboy* untuk penggemar laki-laki (Mihardja & Paramita, 2019). Perbedaan antara *fanboy* dan *fangirl* dalam lingkup pencarian teman sesama *fandom*, *fangirl* cenderung akan mencari teman sesama *fandom*-nya dibandingkan dengan *fanboy* yang cenderung pasif untuk mencari teman sesama *fandom*-nya dan lebih memilih untuk fokus hanya menjadi penggemar (Mihardja & Paramitha, 2019).

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Gumelar, Almaida, & Laksmiwati (2021) yang berjudul “Dinamika Psikologis Fangirl K-Pop” mendapatkan hasil bahwa penggemar perempuan melihat fisik idol terlebih dahulu sehingga memunculkan keinginan untuk menggali lebih dalam mengenai idol tersebut. Indrawati (Gumelar, Almaida, & Laksmiwati, 2021) menjelaskan bahwa dalam

menjadi penggemar ditemukan empat alasan yang mendasari seseorang untuk menjadi penggemar yaitu fisik dari idol, musik yang dihasilkan, penampilan panggung, dan sikap yang dilakukan oleh idol tersebut. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Putri & Savira (2021) yang berjudul “Gambaran Citra Diri Fanboy K-Pop” mendapatkan hasil bahwa pada penggemar laki-laki juga melakukan hal yang sama seperti penggemar perempuan dalam mendukung idolnya, namun karena stigma negative dari masyarakat membuat para fanboy lebih tertutup dalam hal menunjukkan identitasnya sebagai penggemar K-Pop.

Hal ini diperkuat oleh hasil di lapangan. Hasil wawancara yang dilakukan pada tanggal 23 Agustus 2023 dengan responden remaja laki-laki (A) berusia 20 tahun yang mengaku bahwa dirinya adalah seorang K-Popers, menunjukkan bahwa responden A dalam menunjukkan rasa cintanya untuk idol dengan melakukan *spam-ing* pada DM (*Direct Message*) akun sosial media idol jika idol tersebut tidak upload sesuatu pada sosial media ataupun pada aplikasi *Weverse*. Responden A juga sering mengikuti idol di bandara dengan tujuan agar ia dapat di *notice* idol. Ia bercerita bahwa setiap menjemput atau mengantar idol di bandara tidak pernah tidak rusuh, maka dari itu ia juga siap secara fisik untuk mengikuti arus kerusuhan yang terjadi di bandara. Tak hanya itu, ia juga rela menghabiskan uangnya untuk membeli merchandise idol dengan bantuan *pay later* ataupun pinjaman online, menurutnya hal tersebut sah-sah saja karena jika kita ingin mendukung idol kesukaan harus totalitas karena itu bentuk loyalitas fans terhadap idol.

Pada wawancara yang kedua dengan responden B berjenis kelamin perempuan berumur 19 tahun pada tanggal 9 Januari 2023, menemukan hasil bahwa

cara responden B untuk menunjukkan rasa cintanya pada idol adalah dengan membeli *merchandise* yang idol keluarkan, yang paling sering ia beli adalah *photocard*. Harga *photocard* yang pernah ia beli berkisar dari 30 ribu hingga 500 ribu. *Merchandise* lain yang pernah ia beli berupa album, *lightstick*, tiket konser, dan produk yang diiklankan oleh idol, contohnya merk mie instan yang berhadiah *photocard*. Alasan ia mau mengeluarkan uang begitu banyaknya untuk idol adalah karena ia mengaku bahwa ia selalu bahagia jika menyangkut pada idol, ia dapat menemukan kebahagiaan pada idol yang ia suka. Ia menjelaskan bahwa perubahan yang ia rasakan setelah menyukai K-Pop ialah ia menemukan “rumah” yang sama dengan apa yang ia suka, ia dapat bertukar pikiran dan juga ia dapat mengetahui perkembangan mengenai idol yang ia suka, ia mendapatkan banyak teman ketika ia menyukai K-Pop. Responden B mengaku pernah terlibat dalam perkelahian dengan *fandom* lain. Perkelahian tersebut diawali dengan *fandom* lain yang sedang mempertunjukkan prestasi yang idol tersebut dapatkan dalam sebuah forum di sosial media, responden merasa bahwa orang tersebut telah berlebihan dalam menunjukkan prestasi sebuah idol, dari situ lah responden terus berdebat dengan *netizen* dalam forum tersebut.

Pada wawancara yang ketiga dengan responden C berjenis kelamin perempuan berumur 19 tahun pada tanggal 10 Februari 2023, menemukan hasil bahwa cara responden C untuk menunjukkan cintanya pada idol ialah dengan membuat akun khusus yang berisi foto maupun video editan dirinya dengan idol. Responden C juga menghadiri konser idol yang ia kagumi di Jakarta pada bulan Oktober 2022 yang lalu, dan sekarang idol yang ia kagumi sedang *comeback*

sehingga ia sedang sibuk untuk jual beli *merchandise*. Ia mengaku bahwa ia dapat memberikan segalanya untuk idol yang ia sukai walaupun hal tersebut menguras isi dompetnya. Alasan ia sangat berkorban untuk idolnya karena ketika ia menemukan lagu “*Crown*” disaat ia sedang merasa kurang baik-baik saja dengan dirinya. Dari lagu tersebut menjadikan responden mengikuti jejak karir idol tersebut hingga akhirnya responden C dapat melihatnya secara langsung. Responden C juga mengaku bahwa ia sering ikut campur pada sebuah *war* antar fandom di media sosial, dengan alasan ia tidak mau nama baik idolnya dihina. Menurutnya, ikut pada suatu *war* itu sudah hal yang biasa ia lakukan, karena ia merasa “hidup kembali” karena idol, maka ia juga harus melakukan apapun yang berkaitan dengan idol, walaupun ia harus bertaruh nyawa.

Pada wawancara yang keempat dengan responden D berjenis kelamin laki-laki berumur 18 tahun pada tanggal 23 Agustus 2023, menemukan hasil bahwa cara responden D untuk mendukung idol yang ia sukai adalah dengan menjadikan lekuk tubuh idol sebagai fantasi. Ia mengaku walaupun kegiatannya terbilang tak senonoh, namun dengan hal tersebut ia menjadi puas dan bersemangat untuk menjalani hidup. Ia menjadikan kamarnya untuk tempat ia berfantasi liar dengan foto yang ia pajang di atas lemarnya. Ketika orang lain bertanya mengapa seorang laki-laki memajang foto idol K-Pop di kamarnya ia selalu beralasan dan tidak ada orang yang tau tentang alasan yang sebenarnya. Hal tersebut bermula ketika responden D melihat MV (*Music Video*) idol tersebut, pakaian yang sedang digunakan idol tersebut membuatnya senang. Ia juga pernah rela pergi ke Jakarta saat idol tersebut menggelar konser solonya walaupun ia berasal dari Balikpapan

dengan tujuan untuk bertemu dan memuaskan hasratnya yang selama ini ia hanya bisa melihatnya dari sosial media saja.

Hal ini dijelaskan oleh Putri dan Savira (2021) yang menyatakan bahwa ada perbedaan antara laki-laki dan perempuan dalam menunjukkan cintanya pada idol. Menurut Lynn, Lange, dan Houran (Ayu & Astiti, 2020) berpendapat bahwa dalam mengungkapkan rasa cintanya seorang individu menjadi lebih dominan dan terdorong untuk masuk lebih dalam pada kehidupan pribadi selebriti hal tersebut mengarah pada perilaku *celebrity worship*.

*Celebrity worship* menurut McCutcheon, Ashe, Houran, dan Maltby (Fatimah, Noviekayati, & Rina, 2021) adalah suatu hal yang tidak wajar dalam mengagumi dan memuja seorang selebriti. Berperilaku seakan-akan dekat pada kehidupan selebriti dikarenakan adanya perilaku obsesi pada selebriti adalah bentuk dari *celebrity worship* (Mandas, Suroso, & S. Sarwindah, 2018). Selebriti dapat menghibur dengan perhatian yang mereka berikan pada penggemar adalah alasan mengapa penggemar sangat terobsesi dengan selebriti (Steve dalam Maltby, Houran, & McCutcheon, 2003). Maltby, Day, McCutcheon, Gillett, Houran, & Ashe (2004) menyebutkan bahwa *celebrity worship* memiliki dinamika bahwa penggemar dapat melakukan perilaku yang lebih ekstrim seperti delusi untuk memuaskan dirinya. Individu biasanya mempunyai satu maupun dua idola yang ia sukai hingga seolah-olah dirinya tidak bisa hidup tanpa idol tersebut (Mandas, Suroso, & S. Sarwindah, 2018). Dapat disimpulkan bahwa *celebrity worship* ialah perilaku obsesi terhadap selebriti dengan pikiran bahwa ia tak bisa hidup tanpa

selebriti dan dapat melakukan apapun hingga dapat melakukan hal yang ekstrim untuk tetap memuaskan dirinya sebagai penggemar.

McCutcheon, dkk (Mandas, Suroso, & S. Sarwindah, 2018) menjelaskan bahwa ditemukan tiga faktor dalam celebrity worship, yaitu (1) Usia. Pada usia remaja adalah tingkatan paling atas dalam celebrity worship. McCutcheon menyatakan bahwa pada saat usia menginjak dewasa, celebrity worship akan berkurang dengan seiring berjalannya waktu. (2) Keahlian Sosial. Celebrity worship akan dijadikan salah satu jalan untuk interaksi sosial yang tak jelas ketika individu mempunyai keahlian sosial yang rendah, (3) Jenis Kelamin. Maltby (2003) menyebutkan bahwa perempuan mempunyai perasaan lebih mendalam pada idol yang ia sukai daripada laki-laki.

Penelitian yang dilakukan oleh McCutcheon, Lange, & Houran (2002) dengan judul *Conceptualization and Measurement of Celebrity Worship* menyatakan hasilnya bahwa sejatinya *celebrity worship* dilakukan lebih banyak oleh para laki-laki dibanding dengan perempuan. Hal tersebut dapat terjadi karena penggemar laki-laki bebas untuk melakukan *celebrity worship* karena stigma masyarakat mengenai *celebrity worship* hanya dilakukan oleh perempuan saja (Ha, J. 2015).

Hal ini berbeda dengan perilaku agresi, perilaku agresi merupakan perilaku atau tindakan yang dilakukan dengan maksud untuk melukai orang lain, secara jasmani maupun rohani (Berkowitz dalam Koeswara, 1988). Bukhori (Febriany, Santi, & Ananta, 2022) menyatakan bahwa bentuk perilaku agresi adalah menyakiti, mencederai, maupun menghancurkan sesuatu yang dapat melukai fisik



maupun mental seseorang maupun menghancurkan suatu barang yang mengakibatkan kerugian.

Bentuk agresi dalam lingkup penggemar K-Pop ialah dengan melangsungkan *fanwar* (perang penggemar) yang ditujukan untuk membela idol demi kepopulerannya dan juga penggemar identik dengan tidak mau menerima pendapat yang berbeda mengenai prestasi dari idol lain (Deafifa & Noorrizki, 2022). Remaja akan mengalami perilaku agresi karena kurangnya kecerdasan emosional yang dimiliki oleh remaja. Remaja dengan kemampuan kecerdasan emosional yang baik dapat berfikir secara rasional, baik dalam menemukan jalan keluar untuk setiap permasalahan, dan baik dalam menjalin pertemanan Esnaola, Revuelta, Ros, & Sarasa (Yunalia & Etika, 2020). Baron & Byrne (Mihardja & Paramita, 2019) menyatakan bahwa lebih tinggi tingkatannya pada perempuan untuk melakukan perilaku agresi daripada laki-laki, dikarenakan perempuan melakukan agresi tak langsung sehingga beberapa kasus menyatakan bahwa korban sulit untuk mengidentifikasi bahwa dirinya telah menjadi korban dari perilaku agresi yang dilakukan oleh perempuan.

Penelitian yang dilakukan oleh Marsinondang & Dewi (2021) yang berjudul "*Self-Control and Aggressive Behavior in Adolescent Fans of Korean Pop (K-Pop)*" menyatakan bahwa terdapat perbedaan tingkatan mengenai perilaku agresi yang dilakukan oleh penggemar laki-laki dan perempuan. Penggemar perempuan mendapatkan hasil 94,6% untuk melakukan perilaku agresi. Penggemar perempuan lebih sering untuk melakukan perilaku agresi berupa kemarahan dan kebencian yang diutarakan melalui media sosial dibanding dengan laki-laki.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti ingin meneliti apakah ada Perbedaan *Celebrity Worship* dan Perilaku Agresi antara Remaja Laki-Laki dan Wanita Penggemar K-Pop.

## **B. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini ialah untuk menguji secara empiris perbedaan *celebrity worship* dan perilaku agresi antara remaja laki-laki dan wanita penggemar K-Pop.

## **C. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pada perkembangan ilmu psikologi khususnya psikologi perkembangan mengenai perbedaan *celebrity worship* dan perilaku agresi antara remaja laki-laki dan wanita penggemar K-Pop.

### **2. Manfaat Praktis**

#### **a. Bagi penggemar K-Pop**

Hasil penelitian ini salah satunya adalah untuk memberikan informasi bagi remaja penggemar K-Pop mengenai *celebrity worship* dan perilaku agresi pada remaja laki-laki dan wanita.

#### **b. Penelitian selanjutnya**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi dalam melaksanakan penelitian yang sejenis.