

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Remaja yang menjadi penggemar K-Pop cenderung mengumpulkan berbagai barang bertema idola K-Pop, berlangganan paket data internet untuk tetap mengikuti perkembangan terbaru tentang idola mereka, serta membeli tiket konser untuk kesempatan bertemu langsung dengan idola (Wulandari dkk, 2018). Menurut Erikson, obsesi yang dialami oleh remaja tidak mencerminkan keintiman sejati ketika memasuki usia dewasa awal. Hal ini karena pada tahap ini, individu menghadapi konflik psikososial yang dikenal sebagai intimasi versus isolasi. Keintiman yang matang pada seseorang menunjukkan bahwa mereka memiliki kemampuan dan keinginan untuk berbagi kepercayaan secara timbal balik, melibatkan pengorbanan, kompromi, dan komitmen dalam hubungan yang setara (Irsyada Fitria Nisa, 2023).

Korea Selatan saat ini menjadi sangat populer di kalangan masyarakat Indonesia, karena pesatnya penyebaran budaya Korea Selatan melalui media sosial (Eliani et al., 2018). Fenomena ini dikenal sebagai gelombang Korea (*Korean Wave*), yang mencakup penyebaran drama, gaya hidup, kuliner, aksesoris khas Korea, dan musik pop Korea (K-Pop), yang kini banyak dibicarakan di Indonesia (Jung & Shim, 2014; Putri et al., 2019). K-Pop adalah jenis musik populer berbahasa Korea yang biasanya dibawakan oleh *boy band* atau *girl band*, di mana setiap anggota disebut sebagai *idol* (Eliani et al., 2018). Penggemar yang sangat

antusias terhadap *boy band* atau *girl band* tertentu biasanya tergabung dalam kelompok penggemar K-Pop yang dikenal sebagai *fandom* (Hidayah, 2022). Istilah *fandom* berasal dari *fan-kingdom*, yang berarti komunitas penggemar yang memiliki minat dan keyakinan yang sama, serta terlibat dalam aktivitas terkait idola mereka. Para penggemar ini aktif berpartisipasi dalam pertukaran dan berbagi informasi di media sosial sebagai bentuk dukungan terhadap aktivitas idola mereka (Utami dkk, 2020).

Di Indonesia, khususnya di kalangan remaja, gelombang Korea atau *Hallyu* memiliki dampak dan pengaruh yang besar (Wijayanti, 2012). Banyak remaja Indonesia mengidentifikasi diri sebagai penggemar selebriti dari Korea Selatan (Kaparang, 2013). Penelitian oleh Syam (2015) menunjukkan bahwa 74% remaja perempuan memiliki minat tinggi terhadap budaya Korea, sedangkan 13% remaja laki-laki memiliki minat yang serupa. Dalam ilmu psikologi, fenomena mengidolakan seorang selebriti dapat dijelaskan dengan konsep *Celebrity Worship* atau pemujaan terhadap idola, yang mempelajari keterlibatan emosional dan psikologis individu terhadap selebriti, termasuk bagaimana mereka membentuk hubungan afektif dan identifikasi dengan idola tersebut (Roy & Mishra, 2018). *Celebrity Worship* adalah perilaku obsesif dan adiktif di mana penggemar terus-menerus terlibat dalam kehidupan sehari-hari seorang idola atau selebriti (Maltby, Houran, & McCutcheon, 2003).

Ada tiga dimensi dalam konsep *Celebrity Worship* yang memberikan pemahaman mendalam tentang berbagai tingkat dan karakteristik keterlibatan emosional individu. Pertama, *Entertainment Social*, yang mencerminkan tingkat

pemujaan yang relatif rendah. Individu pada dimensi ini menikmati aspek sosial dari pemujaan selebriti, seperti menonton dan membaca tentang mereka, serta berdiskusi dengan teman-teman tentang selebriti tersebut. Kedua, *Intense Personal*, yang merupakan dimensi moderat dan menilai perasaan individu yang intens dan kompulsif terhadap selebriti. Pada tingkat ini, individu mungkin menganggap selebriti sebagai bagian penting dari kehidupan mereka, bahkan mungkin sebagai belahan jiwa, dan sering memikirkan mereka tanpa disadari. Terakhir, *Borderline Pathological*, yang mencerminkan tingkat pemujaan yang sangat tinggi atau ekstrem. Pada tahap ini, individu mungkin terlibat dalam perilaku yang lebih ekstrem, seperti mengejar idola hingga rela menginap di hotel yang sama, menghabiskan banyak uang untuk membeli album dan *merchandise* demi mendapatkan tanda tangan, atau bahkan menyakiti diri sendiri saat idolanya meninggal dunia (Maltby et al., 2005).

McCutcheon et al. (2002) berpendapat bahwa karakteristik penggemar mirip dengan sifat kecanduan. Semakin tinggi tingkat kecanduan terhadap selebriti, semakin besar pula pemujaan terhadap selebriti tersebut, yang mengakibatkan peningkatan keterlibatan seseorang dengan citra idola atau selebriti (Widjaja & Ali, 2015). Penggemar yang sangat antusias terhadap *boy band* atau *girl band* tertentu biasanya tergabung dalam komunitas penggemar K-Pop yang dikenal sebagai *fandom* (Hidayah, 2022). Menurut Indriani dan Kusuma (2022), *fandom* adalah gabungan dari kata "*fan*" dan "*kingdom*," yang menggambarkan kelompok penggemar dengan minat dan keyakinan yang sama. *Fandom* mencakup berbagai aktivitas yang berkaitan dengan penggemar dan idola mereka untuk mendukung

kegiatan idola. Setiap *fandom* sering kali aktif dalam bertukar dan berbagi informasi melalui media sosial (Jeong et al., 2017; Utami & Winduwati, 2020).

Contoh perilaku yang sering terlihat dalam pemujaan selebriti adalah ketika penggemar merasa memiliki hubungan istimewa dengan idola mereka, mendorong mereka untuk melakukan berbagai usaha agar bisa lebih dekat dengan sang idola. Namun, tindakan ini kadang-kadang bisa menjadi berlebihan dan bahkan membahayakan keselamatan sang idola (Pertiwi, 2013). Dalam konteks dunia K-Pop, istilah "*sasaeng*" cukup dikenal luas. Istilah ini berasal dari bahasa Korea, di mana "*sa*" berarti pribadi atau privasi, dan "*saeng*" berarti hidup. Oleh karena itu, *sasaeng* mengacu pada penggemar yang sangat obsesif terhadap kehidupan pribadi para idola K-Pop (Tionardus, 2020). Selain istilah *sasaeng*, ada juga istilah lain yang merujuk pada penggemar K-Pop yang menunjukkan perilaku yang tidak sehat, yaitu "*Bbasoni*". Istilah ini menggambarkan seorang wanita yang tanpa kendali mengejar penyanyi pria yang lebih tua, mencerminkan perilaku penggemar K-Pop yang berlebihan dan tidak sehat (Sari, 2020).

Menurut berita yang diliput oleh *kompas.com* pada 24 Januari 2020, *sasaeng* sering mengikuti idola mereka ke mana pun mereka pergi, menggunakan berbagai cara untuk mendekati idola yang mereka kagumi. Selain itu, *sasaeng* sering mengintai kehidupan pribadi idola, termasuk membeli informasi penerbangan seperti hari, jam, dan nomor kursi. Jika idola berada di luar Korea Selatan, *sasaeng* bahkan bisa mengintai hingga ke kamar tidur idola, baik di rumah maupun di hotel. Oleh karena itu, penting untuk menekankan perilaku yang wajar

bagi para penggemar, karena idola juga berhak memiliki ruang pribadi (Kompas.com, 2020).

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan pada 29 November 2023, dengan narasumber pertama berinisial SF yang berusia 21 tahun, dia menceritakan pengalamannya saat menonton konser *girlband Twice* di Indonesia. SF memutuskan untuk menyewa ponsel terbaru (*iPhone 14*) agar bisa mengabadikan momen dengan kualitas gambar terbaik. Ponsel tersebut disewa dengan biaya 500 ribu dan melalui berbagai proses verifikasi dari penyedia jasa, termasuk memberikan jaminan berupa ijazah terakhir, KTP, KTM, KK, profil media sosial (*Instagram*), serta 10 kontak kerabat untuk keadaan darurat. SF menjelaskan bahwa dia memilih menyewa ponsel karena ponsel yang digunakan sehari-hari tidak cukup memadai untuk menonton konser. SF lebih memilih ponsel dengan spesifikasi yang lebih tinggi dibandingkan ponselnya sendiri. Hal ini disebabkan oleh pengamatannya terhadap para penggemar lain yang menggunakan ponsel dengan kamera beresolusi tinggi, bahkan ada yang membawa kamera profesional ke konser untuk mendapatkan foto idola dengan kualitas yang bagus dan jernih.

Narasumber kedua dari hasil wawancara yang telah dilaksanakan pada tanggal 30 November 2023 yaitu berinisial FA yang berusia 22 tahun. FA adalah seorang penggemar K-Pop muslim ia mengatakan berharap dapat melakukan kontak fisik dengan idola yang digemarinya seperti *high five*, berpelukan, hingga foto bersama dengan sang idola dirangkul dipundak seperti halnya fans K-Pop non muslim. Setiap FA datang ke konser K-Pop, dia mengamati gaya berpakaian para fans K-Pop non muslim yang terlihat lucu menggunakan rok mini dan *croptop* yang

cocok dipakai saat menonton konser, ia sangat ingin mengikuti gaya pakaian seperti itu juga namun dia menghadapi kendala karena keterbatasan kepercayaan agama. FA mengatakan bahwa dia masih berusaha untuk menerima kekurangan yang tidak diperbolehkan dalam agamanya hingga saat ini.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan pada tanggal 29 November 2023 dengan narasumber ketiga berinisial LZ yang berusia 18 tahun ia mengatakan bahwa dirinya merasa minder karena tidak memiliki kemampuan finansial untuk membeli *photocard*, album, *merchandise*, atau poster dari idola-idola Korea yang ia gemari, dibandingkan dengan teman-temannya yang juga merupakan penggemar K-Pop namun mampu membeli berbagai barang koleksi K-Pop. LZ menyatakan bahwa keterbatasan finansial menjadi alasan utama dari rasa kurang percaya dirinya. Selain itu, alasan utama ketidakpercayaan diri LZ berasal dari keterbatasannya dalam menonton konser langsung. LZ mengakui bahwa ia hanya mampu mengikuti *event online* gratis K-Pop, sedangkan teman-temannya dapat merasakan pengalaman langsung di konser. Meskipun menghadapi keterbatasan tersebut, LZ menemukan kebahagiaan dalam kemampuannya untuk menyaksikan idola-idolanya melalui layar HP. Meski tidak dapat merasakan atmosfer langsung konser atau memiliki barang-barang koleksi K-Pop, LZ menganggap bahwa melihat idola lewat layar sudah cukup membuatnya senang.

Menurut Reeves et al. (2012), pemujaan selebriti dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya adalah harga diri atau *self-esteem*. *Self-esteem* adalah sikap individu yang mencerminkan bagaimana ia menilai dan menghargai dirinya sendiri secara keseluruhan, yang bisa berupa pandangan positif atau negatif terhadap diri

sendiri (Rosenberg, 1965 dalam Mruk, 2006). Dengan *self-esteem* yang positif, seseorang dapat merasa puas dengan dirinya sendiri dan mampu mengatasi perasaan kesepian, penolakan sosial, serta kecemasan (Hogg & Vaughan, 2011). Sebaliknya, individu yang merasa kurang percaya diri terhadap fisiknya akan memberikan penilaian negatif terhadap dirinya sendiri, yang mengakibatkan rendahnya *self-esteem* (Lerner & Steinberg, 2009).

J.A.O'Dea (2012) pada University of Sidney, NSW, Australia, kepercayaan diri juga dikenal dengan harga diri ditentukan oleh seberapa besar individu percaya pada harga diri nya dan juga oleh persepsinya tentang tingkat rasa hormat yang ditunjukkan kepadanya oleh orang lain. Penelitian oleh Sansone dan Sansone (2014) terkait dengan *Celebrity Worship* pada mahasiswa dan anggota komunitas menemukan bahwa tingkat *Celebrity Worship* yang semakin tinggi dapat mengindikasikan kesulitan psikologis, seperti kecemasan, depresi, kepribadian narsistik, dan perilaku destruktif. Hal ini berhubungan dengan harga diri individu. Santrock (2007) juga menyatakan bahwa harga diri seringkali mengalami fluktuasi pada masa transisi sekitar usia remaja akhir yang dapat memengaruhi tingkat harga diri remaja.

Menurut Derrick et al. (2008), individu dengan *self-esteem* rendah sering kesulitan merasakan kebahagiaan karena takut akan penolakan atau merasa tidak sesuai dengan citra diri yang diinginkan (*ideal self*). Dalam konteks ini, ketertarikan pada pemujaan selebriti cenderung tidak mengancam *self-esteem* para penggemar. Akibatnya, individu dengan *self-esteem* rendah merasa aman dan melihat idola mereka sebagai cerminan dari citra diri yang diinginkan (Derrick et al., 2008).

Festinger (dalam Fikhri, 2017) juga menyatakan bahwa motivasi untuk membandingkan diri dengan orang lain sangat terkait dengan *self-esteem* seseorang. Dengan demikian, *self-esteem* dan pemujaan selebriti saling berhubungan, di mana *self-esteem* yang lebih tinggi cenderung dikaitkan dengan tingkat pemujaan selebriti yang lebih rendah, dan sebaliknya.

Menurut Swami (Fajariyani, 2018), salah satu faktor yang mempengaruhi pemujaan selebriti adalah religi. Glock dan Stark (Satriani, 2011) mendefinisikan religi sebagai kepercayaan pada ajaran-ajaran agama tertentu dan dampak dari kepercayaan tersebut dalam kehidupan sehari-hari masyarakat. Ini mencakup seberapa jauh seseorang meyakini dan menerapkan ajaran agama yang mereka anut serta bagaimana kepercayaan tersebut memengaruhi perilaku dan keputusan mereka dalam berbagai aspek kehidupan. Menurut Zuhirsyan dan Nurlinda (2021), perilaku religi umumnya dipengaruhi oleh dorongan berupa hukuman dan pahala yang diyakini sebagai bagian dari ibadah, serta harapan untuk mencapai ridha Tuhan. Selain itu, religi juga dianggap sebagai nilai yang dapat mengurangi tingkat perilaku agresi yang sering dilakukan oleh remaja, sebagaimana dicatat oleh Wijaya et al. (2018).

Maltby et al. (2004) juga mencatat bahwa tingkat religi seseorang memengaruhi pemujaan selebriti. Individu yang memiliki tingkat religi tinggi cenderung lebih mengekspresikan cinta dan pengabdian kepada Tuhan daripada kepada selebriti. Selain itu, mereka juga lebih cenderung memilih *role model* yang sejalan dengan nilai-nilai agama mereka, seperti menganggap para pemuka agama sebagai panutan atau idola. Holmes dan Lochman (2012) menyampaikan bahwa

ada hubungan negatif antara perilaku agresi dengan orientasi religi *intrinsic* pada pra remaja. Sebaliknya, menurut Ysseldyk et al. (2010), individu dengan orientasi religi *intrinsic* cenderung lebih agresif dalam merespons identitas keyakinan mereka dibandingkan dengan individu yang memiliki orientasi religi ekstrinsik.

Weinstein (2003) menyatakan bahwa *celebrity worship* dapat dikaitkan dengan *erotomania*, suatu kondisi dimana individu meyakini bahwa mereka dicintai oleh objek parasosial, seperti selebriti. Secara mendasar, ini mencerminkan kebutuhan akan cinta oleh seseorang yang mungkin tidak yakin dengan kapasitas diri mereka untuk mencintai atau dicintai. Oleh karena itu, hubungan antara *celebrity worship* dan melemahnya keimanan terhadap tuhan dapat terlihat dengan jelas. Hasil penelitian oleh Maltby dkk (2002), seseorang yang memiliki *religi* yang rendah cenderung berperilaku *celebrity worship*.

Menurut Maltby et al. (2002), beberapa penggemar sering kali mengagungkan selebriti mereka secara berlebihan bahkan membiarkan perilaku yang seharusnya dianggap tidak dapat diterima menurut norma-norma sosial atau agama. Hal ini menunjukkan bahwa individu tersebut tidak selalu mengikuti ajaran agamanya secara konsisten. Selain itu, mereka juga mungkin mengalami kesulitan dalam mengendalikan emosi dan pikiran mereka, yang bisa menandakan ketidakstabilan. Pengaruh K-Pop dan K-Drama terhadap religi sering kali termanifestasi dalam kecenderungan untuk mengabaikan waktu sholat yang seharusnya dilakukan, di mana para remaja penggemar K-Pop perlu terus memperkuat dimensi iman, Islam, ihsan, ilmu, dan amal (ibadah). Namun, jika waktu yang seharusnya digunakan untuk memperkuat iman justru tercuri oleh K-

Pop dan K-Drama, hal ini merupakan situasi yang memprihatinkan. Ketika para remaja penggemar K-Pop lebih hafal dengan lirik Korea daripada ayat-ayat Al-Qur'an dan sholawat Nabi, atau ketika mereka lebih antusias mengadopsi budaya Korea daripada budaya Islam, baik dalam tata busana, bahasa, maupun gaya hidup, maka perlu ada kesadaran untuk memprioritaskan nilai-nilai keagamaan dan menjaga keseimbangan antara hobi modern dan kewajiban keagamaan. Maltby et al. (2002) juga menunjukkan bahwa tingkat religi memiliki potensi untuk memengaruhi intelektualitas, keimanan, dan ketaqwaan seseorang, yang pada akhirnya dapat memotivasi mereka untuk mencapai prestasi dalam masyarakat (Hasanudin, 2020).

Afaf, Naflah, dan Rohmatul (2022) dalam penelitiannya berjudul "Fenomena Pergeseran Nilai-Nilai Religi Mahasiswa PAI UIN Malang Akibat Korean Wave (K-Pop dan K-Drama)" mengungkapkan dampak Korean Wave terhadap nilai-nilai religi mahasiswa Program Studi Pendidikan Agama Islam (PAI) di UIN Malang. Studi ini menunjukkan bahwa *Korean Wave* berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa dalam mempelajari budaya, bahasa, gaya berbusana, dan aspek lainnya. Selain itu, menurut Rifqi et al. (2022), *Korean Wave* juga mempengaruhi minat mahasiswa untuk mendalami pemahaman agama, namun lebih fokus pada budaya Korea daripada aspek sejarah Islam, seperti *Tarikh* Islam dan Bahasa Arab. Dampak ini dapat berpotensi mempengaruhi pendidikan agama Islam dan dakwah Islam.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Sitari et al. (2021) di Indonesia, ditemukan bahwa terdapat hubungan negatif antara tingkat religi dan *celebrity*

worship pada penggemar *boy band*. Artinya, dalam komunitas penggemar *boy band* tersebut, tingkat keterikatan dengan idola cenderung rendah di kalangan individu yang lebih religius. Namun, sebaliknya, menurut Liu (2013), terdapat hubungan positif antara tingkat religi dan *celebrity worship*. Individu baik yang religius maupun yang tidak religius cenderung memiliki minat dalam hubungan parasosial dengan selebriti. Mereka menyadari bahwa tidak ada yang bisa diagungkan selain Tuhan sehingga cenderung menghindari perilaku yang bertentangan dengan prinsip-prinsip agama mereka (Liu, 2013). Situasi di mana seseorang diidolakan akan memiliki batasan yang sesuai dengan nilai-nilai agama yang dianutnya juga termasuk dalam konteks ini (Sitasari et al., 2021).

Peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam melalui penelitian dengan judul “Hubungan Antara Harga diri Dan Religi Terhadap *Celebrity Worship* Demam K-Pop Di Kalangan Remaja”. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi hubungan antara tingkat religi dan kecenderungan *celebrity worship* dalam fenomena K-Pop dengan *focus* pada para penggemar muda di Indonesia. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat ditemukan wawasan yang lebih mendalam tentang kompleksitas interaksi antara nilai-nilai keagamaan dan fenomena pengidolaan selebriti serta membuka pemahaman yang lebih baik tentang dampaknya terhadap sikap dan perilaku para penggemar.

B. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui secara empiris hubungan antara harga diri dan religi terhadap *celebrity worship* demam K-Pop di kalangan remaja.

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 Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam pengembangan psikologi, terutama psikologi sosial tentang hubungan antara harga diri dan religi terhadap *celebrity worship* demam K-Pop di kalangan remaja.

2. Manfaat Teoritis

a. Bagi penggemar K-Pop di kalangan remaja

Diharapkan hasil dari penelitian ini mampu memberi informasi yang bermanfaat bagi para penggemar K-Pop di kalangan remaja yang terkait dengan harga diri, religi, dan *celebrity worship*.

b. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti berharap agar penelitian ini mampu menjadi sumber referensi dan dasar untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan tentang bidang yang sama guna menyempurnakan hasil penelitian.