

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Salah satu dampak dari kemajuan teknologi dan informasi yaitu masyarakat dapat dengan mudah mendapatkan informasi dari belahan dunia mana pun hanya dalam kurun waktu singkat. Mudahnya masyarakat dalam mengakses informasi menyebabkan terjadinya pertukaran informasi dan budaya dari negara-negara yang berbeda. Masyarakat tidak hanya dapat menikmati budayanya sendiri namun juga dapat menikmati budaya dari negara lain yang ia temukan.

*Korean Wave* merupakan istilah yang diberikan untuk fenomena tersebarnya budaya Korea pada berbagai negara di dunia (Kompasiana, 2015). Salah satu negara yang terkena dampak *Korean Wave* atau *Hallyu* ini yaitu Indonesia. Di Indonesia, tidak hanya musik K-pop saja yang digemari, namun juga drama-drama Korea yang menarik dan berbeda dari drama Indonesia mulai sangat digemari masyarakat.

Pada masa pandemi Covid-19, stasiun televisi lokal di Indonesia mulai berlomba-lomba untuk menayangkan drama serta film-film dari Korea. Survei yang dilakukan oleh IDN Times pada bulan Juni 2020 menyatakan, 96% pembaca IDN Times lebih memilih menonton drama Korea dibandingkan menonton sinetron Indonesia. Tidak hanya kalangan remaja yang menyukai drama-drama percintaan, namun drama-drama keluarga seperti *The World of The Married*, *Penthouse*, dan drama-drama lainnya juga mulai diminati oleh berbagai kalangan usia.

Maraknya drama Korea di Indonesia dapat dibuktikan dengan survei yang dilakukan oleh Nadila, Rastati, Ratri, dan Akmillah (PMB LIPI, 2020) pada 924 responden di seluruh Indonesia dari usia 14 hingga 68 tahun. Data membuktikan 91,1% responden menonton drama Korea selama masa pandemi Covid-19. Dan 73 responden

di antaranya merupakan penonton baru yang sebelumnya belum pernah menonton drama Korea. Penelitian ini juga menjelaskan bahwa terdapat perbedaan durasi menonton drama Korea sebelum dan selama pandemi Covid-19, di mana, rata-rata responden menonton sebelum pandemi selama 2.7 jam per hari, sedangkan ketika pandemi naik menjadi 4.6 jam per hari. Di Indonesia, *Korean Wave* atau *Hallyu* ini pada mulanya masuk melalui drama Korea pada sekitar akhir tahun 1990, kemudian baru budaya Korea lain seperti musik, tarian, dan produk-produk hiburan lainnya (Kumparan, 2017).

*Korean Pop* (K-pop) atau musik Korea merupakan salah satu dari sekian banyak industri hiburan Korea yang sangat diminati di Indonesia. Musik K-pop adalah jenis musik yang memiliki ciri khas tersendiri, memiliki irama yang kreatif, dan harmoni yang indah sehingga membuat musik ini banyak digemari. K-pop sendiri bukanlah hanya berasal dari musik tradisional Korea, melainkan dapat merupakan percampuran dari musik pop, R&B, *dance pop*, atau *hip-hop* (Desiani, 2014). K-pop dapat berupa lagu-lagu bernuansa ceria, lagu *ballad*, bahkan hingga lagu *upbeat* dengan lirik percampuran antara bahasa Korea dan dicampur sedikit bahasa asing seperti bahasa Inggris, China, Jepang, serta dibuat menarik dengan penambahan tarian *modern*.

Dilansir dari Merahputih (2019), musik K-pop dapat mendunia dikarenakan konsepnya yang cukup beragam, target pasar yang membidik para anak muda, dan memiliki musik yang tergabung dari berbagai macam genre. Selain itu artis-artis K-pop sebagian besar memiliki wajah yang cantik dan tampan, modis, dan performa yang maksimal di atas panggung (Yuanita, 2012).

Musik K-pop umumnya banyak diminati oleh kalangan remaja dan dewasa awal di Indonesia. Dengan menjadi penggemar K-pop biasanya mereka akan tergabung dalam komunitas-komunitas dari idola mereka atau yang biasa disebut *fandom*. *Fandom* adalah kombinasi dari dua kata, yaitu "*fan*" (penggemar) dan "*domain*". *Fandom* adalah dunia atau tempat untuk penggemar dan artis (Oxford English Dictionaries, 2011 dalam Touhami & Al-Haq, 2017). *Fandom* ini digunakan untuk

mencirikan bahwa penggemar tersebut merupakan bagian dan menjadi simbol kedekatan dengan idola mereka.

Saat ini, musik K-pop telah membius jutaan remaja dunia untuk setia menjadi penggemar K-pop. Hal ini dapat dibuktikan dengan penjualan album dan *merchandise* yang terjual hingga 1 juta *copy*. Dilansir dari Line Today (2020), album baru BTS 'BE' sukses meraih penjualan 1,6 juta eksemplar dalam kurun waktu sehari setelah tanggal rilisnya. Begitu pula album Delight yang dirilis oleh Baekhyun EXO yang juga terjual sebanyak 1.018.746 eksemplar hingga 30 Juni 2020, yang menobatkannya menjadi pemecah rekor artis solo pertama yang telah menjual satu juta album (Kompas, 2020).

Namun, tidak bisa dipungkiri bahwa setiap individu memiliki perilaku yang berbeda-beda, tak terkecuali penggemar K-pop. Penggemar musik ini tidak hanya individu-individu yang selalu dapat meregulasikan emosinya dengan baik, namun juga ada individu-individu yang dapat terpancing emosi, adiktif, konsumtif, dan bersikap berlebihan dalam menanggapi sesuatu yang berhubungan dengan idolanya. Pernyataan ini dapat didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Eliani, Yuniardi, & Masturah (2018) mengenai fanatisme dan perilaku agresif verbal di media sosial pada penggemar idola K-pop yang menemukan bahwa terdapat hubungan positif antara fanatisme dengan perilaku agresif verbal di media sosial pada penggemar-idola K-pop, di mana penggemar idola K-pop yang memiliki fanatisme tinggi akan memiliki perilaku agresif verbal yang tinggi. Hal ini disebabkan oleh sifat keterbukaan yang dimiliki media sosial dapat menyebabkan individu memiliki kebebasan untuk menyebarkan opini mereka yang cenderung berisi penghinaan dalam media sosial (Tartila, 2014 dalam Eliani, Yuniardi, & Masturah, 2018).

Melalui penelitian yang dilakukan oleh Choi, Meza, & Park (2014), Twitter menjadi salah satu *platform* yang banyak digunakan penggemar K-pop di Meksiko. Twitter digunakan untuk memperluas jaringan sosial dan berbagi informasi. Penelitian ini menemukan bahwa kekuatan *hashtag* K-pop yang dibuat oleh pengguna Twitter di Meksiko biasanya terkait dengan program dan promosi yang dilakukan untuk artis idolanya. *Tweet* yang disebarluaskan juga memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap

*Hallyu Wave* di Meksiko. Penggemar K-pop tahu bahwa idola mereka menjalani operasi plastik dan melakukan rutinitas-rutinitas yang kurang baik, seperti diet yang berlebihan, dan sebagainya. Namun, mereka tidak melihat ada yang salah dengan ini dan mereka lebih mengidolakannya (Welsh, 2014). Oleh karena itu, tidak jarang dalam suatu *platform* sosial media seperti Instagram atau Twitter ditemukan keributan apabila penggemar K-pop merasa idolanya di hina atau direndahkan oleh orang lain dan berdampak terhadap stigma negatif pada penggemar K-pop.

Umumnya penggemar yang sering melakukan hal-hal seperti *fanwar* ini merupakan individu yang belum dapat meregulasikan emosinya dengan baik. Hal ini dikarenakan ketegangan emosi yang meningkat sering terlihat pada remaja dalam bentuk kemarahan, berlebihan dalam menyukai atau membenci sesuatu, suka menyendiri, mudah gelisah, cemas, labil dan sentimen. Pada usia remaja juga terjadi perkembangan emosi cinta yang dialami, dalam tahapan perkembangan emosi cinta, remaja akan mengalami tahap *Crush* dan *Hero Worshipping*, yaitu remaja mulai memuja orang lain yang lebih tua, baik sesama jenis (*crush*) atau lawan jenis (*hero worshipping*) yang umumnya berjarak jauh (Izzaty, dkk., 2013 dalam Juwita, 2018). Sehingga remaja yang menyukai K-pop dapat terpengaruh dan tidak dapat membedakan kehidupan aslinya dan kehidupannya sebagai seorang penggemar, “K-pop *fandom* become their life”.

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh IDN Times pada tahun 2019, dari 580 penggemar K-pop di Indonesia 9,3% di antaranya berada pada usia 10-15 tahun, 38,1% berusia 15-20 tahun, 40,7% berusia 20-25 tahun, dan sisanya yaitu 11,9% berusia di atas 25 tahun. Begitu pula survei yang dilakukan oleh Kumparan (2017), 57 persen dari 100 responden berada di usia remaja dan dewasa awal, dengan usia 12-20 tahun. Sementara 42 persen lainnya berusia 21-30 tahun, dengan satu persen di antaranya berusia di atas 30 tahun. Berdasarkan kedua survei tersebut, dapat dilihat bahwa umumnya K-pop ini digandrungi oleh para remaja.

Tidak bisa dipungkiri, banyaknya penggemar K-pop yang masih berada pada rentang usia remaja merupakan individu-individu yang masih mengalami pencarian jati

diri. Remaja sebagai anggota dari suatu *fandom* akan mengidentifikasi dan mencoba berperilaku serupa dengan idola mereka (Abidin, et.al., 2018). Apalagi saat tergabung dalam *fandom*, remaja akan merasa lebih dekat dengan idolanya dan akan lebih sering untuk melakukan kegiatan bersama dengan anggota *fandom* lainnya, seperti untuk *streaming* musik dan saling berbagi informasi mengenai idola mereka.

Namun tidak semua remaja menyukai idolanya, di antara mereka ada yang bahkan membenci, saling mencibir dan menimbulkan peperangan secara lisan (*fanwar*). Bahkan, ada juga remaja yang terlalu menyukai idolanya. Saat ini, penggemar bukan hanya mendukung musik idola mereka dan menyoroti keberhasilan mereka, tetapi juga merendahkan atau bahkan secara langsung menyerang idola atau *fandom* lain hanya karena minat dan keyakinan mereka tidak sama (Tinaliga, 2018). Mereka akan merasa bangga jika idolanya sukses, dan akan merasa direndahkan apabila mereka melihat idola mereka kalah.

Adapun hasil wawancara kepada salah satu penggemar (16) menyatakan bahwa ia rela tidak tidur dan menggunakan seluruh *gadget* miliknya untuk *streaming* MV *boygroup* kesukaannya agar mendapatkan *views* yang cukup dan menang penghargaan musik di Korea, ia pernah terlibat *fanwar* di Twitter karena *votes* yang menyebabkan idolanya kalah dalam salah satu penghargaan musik, dan bahkan menghina serta *block* akun salah satu penggemar *fandom* lain.

Hal ini dikarenakan masa remaja memiliki krisis sosial di mana ia belum bisa mengendalikan emosinya. Erikson dalam Hapsari (2017) mendefinisikan tahap remaja sebagai fase adaptif dari perkembangan kepribadian, atau fase mencoba-coba. Masa remaja merupakan masa peralihan antara masa anak-anak menuju ke masa dewasa yang ditandai dengan perubahan fisik, sosial dan emosional. Remaja mengalami krisis perkembangan sosial-emosional, di mana remaja mengalami perubahan yang terdiri dari meningkatnya usaha untuk memahami diri sendiri disertai dengan transformasi yang berlangsung dalam hubungan dengan keluarga dan teman sebaya di dalam konteks budaya (Santrock, 2012 dalam Wismasari & Sanyata, 2019). Emosi yang tidak

stabil pada remaja dapat terjadi dikarenakan remaja mendapatkan tekanan sosial dan menghadapi kondisi yang baru dalam hidupnya.

K-Pop menemani perasaan dan emosi masa remaja yang penuh dinamika. Masa ketika tidak tahu harus bagaimana, berbicara kepada siapa dan ketika mengkhawatirkan banyak hal; mulai dari percintaan, masa depan, hingga cita-cita. K-Pop menemani dan menjadi sahabat tanpa memberikan prasangka. Minat akan K-pop ini memasuki kehidupan remaja dan itu membuat dirinya antusias terhadap hal yang berbau idolanya (Fibrianto, 2020).

Dengan semakin antusiasnya sang penggemar terhadap idolanya, ini akan menimbulkan perilaku fanatisme. Penggemar dalam masing-masing *fandom* akan terus membela habis-habisan idola kesukaannya. Tidak jarang juga terjadi *fanwar* (perang di antara *fandom*) jika ada penggemar dari *fandom* lain yang menghina artis idolanya. Bahkan, terkadang juga bila tidak ada yang memancing keributan, penggemar yang fanatik akan merasa lebih sensitif jika idola lain yang memenangkan suatu penghargaan sedangkan idolanya tidak. Biasanya hal inilah yang memicu pertengkaran di antara *fandom*. Perilaku fanatisme yang ditunjukkan penggemar K-pop juga dapat ditunjukkan dari perasaan kepemilikan idola yang dirasakan oleh penggemar. Sang idola tidak diperbolehkan memiliki hubungan romantis dengan siapa pun, dan ketika terdapat berita idolanya memiliki hubungan romantis, penggemar yang fanatik dapat menjadi sedih, kesal, bahkan sampai ingin bunuh diri. Penggemar yang obsesif juga bahkan rela untuk melakukan operasi hingga 15 kali demi terlihat seperti idolanya (Suara, 2019).

Salah satu bentuk dari fanatisme dapat disebut sebagai *celebrity worship* atau pemujaan berlebihan terhadap sang idola. Semakin tinggi tingkat kecanduan terhadap seseorang terhadap selebriti, maka semakin tinggi tingkat pemujaan seseorang dan berpengaruh pada semakin tinggi pula tingkat keterlibatannya dengan sosok idola (*celebrity involvement*) (Widjaja & Ali, 2015). *Celebrity worship* dapat dikatakan suatu kecenderungan untuk dekat dengan seorang idola yang mengarah kepada perilaku

disfungsional (Rojek, 2012 dalam Dewi & Indrawati, 2019). Individu memiliki obsesi terhadap segala hal yang berhubungan dengan selebriti idolanya.

Brown (2015) dalam Brooks (2018) mendefinisikan *celebrity worship* sebagai bentuk keterikatan psikologis yang intens yang menjadikan hubungan seseorang dengan selebriti favoritnya sebagai fokus utama hidup mereka, berkembang dari identifikasi yang kuat dengan perasaan yang intens, dicirikan oleh kesetiaan dan kemauan untuk menginvestasikan waktu dan keuangan kepada orang tersebut. Individu yang mengalami *celebrity worship syndrome* ini dapat menghabiskan waktu untuk mempelajari setiap detail tentang idolanya, mengawasi, dan bahkan berusaha melakukan beberapa jenis interaksi. Interaksi ini dapat melalui mengikuti idola di media sosial, dan bahkan dapat menguntit idolanya.

Sebuah penelitian menunjukkan seiring dengan gejala dan perilaku ini, terdapat tingkat kecemasan, depresi, dan stres yang tinggi pada individu yang mengalaminya (Suara, 2019). Ketika obsesi berkembang menjadi kecanduan, individu mulai percaya adanya hubungan nyata dengan idola mereka. Hal ini dapat menyebabkan fantasi terperinci dan menjadi perilaku serta pikiran khayal yang berbahaya.

Remaja yang menyukai bahkan hingga menyembah idolanya umumnya akan mengidentifikasikan dirinya dan akan cenderung terus membela idolanya jika ia merasa idolanya direndahkan oleh penggemar lain tanpa tahu apa yang benar-benar terjadi. Perilaku agresif akan bermunculan, dan akan dipandang sebagai penyebab menguatnya perilaku kelompok yang menimbulkan perilaku agresif (Ancok & Suroso, 2011 dalam Eliani, dkk. 2018). Hal ini dikarenakan remaja masih berada pada tahap masa pencarian jati diri (Rahmawati & Suharso, 2015). Masa remaja merupakan suatu masa peralihan atau transisi dari masa kanak-kanak menuju masa dewasa, yang diikuti oleh tingkat psikologis dan emosi yang dapat mempengaruhi tingkah laku yang bersangkutan (Desiani, 2014).

Bentuk-bentuk emosi yang sering muncul pada masa remaja di antaranya seperti marah, malu, takut, cemas, cemburu, iri hati, sedih, gembira, kasih sayang, serta keingintahuan yang besar. Perilaku *fanwar* merupakan salah satu perilaku agresif

verbal yang remaja K-pop lakukan. Ketika perilaku agresif dan pemujaan yang berlebihan dialami oleh remaja, remaja mungkin saja tidak dapat membedakan penggunaan emosi positif dan emosi negatifnya dalam kehidupan. Yang di mana dapat berakibat tanggung jawab menuju tahap perkembangan selanjutnya, masa dewasa, dapat tertunda beberapa tahun atau disebut *psychosocial moratorium*. Erikson dalam Hapsari (2017) menjelaskan bahwa remaja berada pada kondisi *psychological moratorium* atau kesenjangan antara rasa aman pada masa kanak-kanak dan otonomi pada masa dewasa. Hal ini dapat terjadi akibat faktor lingkungan dan budaya serta keyakinan yang remaja alami. Apabila seseorang memiliki kemampuan ketrampilan regulasi emosi yang baik maka reaksi yang akan dikeluarkan akan positif, berbeda apabila keterampilan regulasi emosinya buruk maka reaksi yang keluar pun berupa tindakan yang negatif dan agresif.

Menurut Gross (2002) dalam Asthuti, Wasidi, & Shintia (2019), regulasi emosi adalah kemampuan yang dimiliki seseorang untuk menilai, mengatasi, mengelola dan mengungkapkan emosi yang tepat untuk mencapai keseimbangan emosional. Regulasi emosi adalah serangkaian proses di mana emosi diatur sesuai dengan tujuan individu, baik dengan cara otomatis atau dikontrol, disadari atau tidak disadari. Regulasi dapat mempengaruhi perilaku dan pengalaman individu. Hasil regulasi dapat berupa perilaku yang ditingkatkan, dikurangi, atau dihambat. Regulasi emosi berasal dari sumber sosial. Sumber sosial ini merupakan bagian dari minat terhadap orang lain dan norma-norma dari interaksi sosial (Gross dan Thompson dalam Nansi dan Utami, 2016). Kebiasaan remaja untuk mengontrol emosi-emosi yang positif dan negatif ini dapat membuat mereka sanggup mengontrol emosi dalam banyak situasi.

Remaja yang dapat meregulasikan emosinya dengan baik tentu saja akan memiliki kemampuan mengelola emosi dan dapat mendukung dirinya dalam menghadapi konflik interpersonal dan intrapersonal kehidupan secara efektif, serta mampu menyeimbangkan rasa marah, rasa kecewa, serta putus asa dalam menghadapi banyak masalah dalam hidupnya. Remaja dapat menjadi lebih objektif dan realistis dalam menganalisis permasalahan dan membantunya untuk mengelola emosi untuk



dapat lanjut ke tahap perkembangan selanjutnya. Regulasi emosi merupakan salah satu aspek yang penting dari perkembangan emosi seseorang, karena respons emosi yang tidak tepat dapat menuntun remaja ke arah yang salah dan dapat berpengaruh terhadap kehidupannya. Ketika *fanwar* dan *celebrity worship* dapat membawa dampak buruk terhadap kesehatan mental remaja (Brooks, 2018), maka tidak mungkin emosi yang remaja rasakan tidak dapat terpengaruh.

Penelitian yang dilakukan oleh Widiyana (2020) menyatakan bahwa *celebrity worship* memiliki kontribusi sebesar 8,7% terhadap kematangan emosi seseorang. Dengan menjadi terlalu fanatik, remaja dapat melupakan kehidupan aslinya dan akan timbul kemungkinan dirinya akan memiliki regulasi emosi yang rendah. Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, oleh karena itu peneliti tertarik untuk meneliti permasalahan ini dengan judul “Hubungan *Celebrity Worship* dengan Regulasi Emosi pada Remaja Penggemar *Korean Pop*”.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka terdapat beberapa masalah yang dapat diidentifikasi sebagai berikut:

- 1.2.1 Bagaimanakah tingkat *celebrity worship* pada remaja penggemar *Korean Pop* (K-pop)?
- 1.2.2 Bagaimanakah gambaran strategi regulasi emosi *cognitive reappraisal* dan *expressive suppression* pada remaja penggemar *Korean Pop* (K-pop)?
- 1.2.3 Apakah terdapat hubungan antara *Celebrity Worship* dengan regulasi emosi *cognitive reappraisal* dan *expressive suppression* pada remaja penggemar *Korean Pop* (K-pop)?

## **1.3 Batasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan, maka penelitian ini akan dibatasi dalam apakah terdapat hubungan antara *celebrity worship* dengan regulasi emosi pada remaja penggemar *Korean Pop* (K-pop).

#### **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1.4.1. Apakah terdapat hubungan yang signifikan antara *celebrity worship* dengan regulasi emosi *cognitive reappraisal* pada remaja penggemar *Korean Pop* (K-pop)?
- 1.4.2. Apakah terdapat hubungan yang signifikan antara *celebrity worship* dengan regulasi emosi *expressive suppression* pada remaja penggemar *Korean Pop* (K-pop)?

#### **1.5 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara *celebrity worship* dengan strategi regulasi emosi pada remaja penggemar *Korean Pop* (K-pop).

#### **1.6 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat-manfaat sebagai berikut:

##### **1.6.1 Manfaat Teoritis**

- 1.6.1.1 Menjadi referensi dan data tambahan untuk penelitian selanjutnya.
- 1.6.1.2 Memberikan wawasan dalam memperkaya pengetahuan dan wawasan baru mengenai *celebrity worship syndrome* dan hubungannya dengan regulasi emosi yang dialami remaja.
- 1.6.1.3 Memberikan sumbangan ilmiah untuk memperluas dunia ilmu pengetahuan dalam disiplin ilmu psikologi.

##### **1.6.2 Manfaat Praktis**

- 1.6.2.1 Meningkatkan kesadaran penggemar untuk mengontrol diri dan ingat akan diri sendiri dalam mengidolakan sesuatu.

- 1.6.2.2 Dijadikan bahan acuan bagi keluarga, atau orang sekitar yang memiliki hubungan seperti teman dan keluarga penggemar yang memiliki ciri-ciri berlebihan dalam mengidolakan seseorang.

