

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

K-Pop atau *Korean pop*, merupakan genre musik asal Korea Selatan yang sudah masuk di Indonesia sejak tahun 2011 (Nurani, N., Kusumadewi, A., & Kusumadewi, 2017). Menurut Reditya (2021), penggemar K-Pop di Indonesia berkembang begitu pesat karena Indonesia merupakan salah satu negara dengan penggemar *boyband* dan *girlband* terbesar. Para penggemar tertarik dengan *boyband* dan *girlband* yang membawakan musik bergenre *hip-hop* dan pop dengan menampilkan koreografi *dance* yang bagus dan rapi (Sihombing, 2018).

Fenomena pengidolaan terhadap K-Pop sangat digemari dan menjadi *trend* terutama di kalangan remaja (Wishandy, Loisa, R., & Utami, 2019). Menurut Nurani, Kusumadewi A & Kusumadewi S (2017), hasil survei yang dilakukan kepada 100 penggemar K-Pop mengenai rentang usia menunjukkan bahwa hampir sebagian besar penggemar K-Pop berada di usia remaja dan dewasa, diantaranya usia 12-20 tahun (57%), usia 21-30 tahun (42%), dan usia 30 tahun ke atas (1%). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Dewi & Indrawati (2019) di usia dewasa tersebut sudah tidak lagi menyukai K-Pop, mereka menyadari bahwa K-Pop bukan menjadi bagian dari prioritas utama dalam hidupnya dan mereka menyadari bahwa kehidupan sesungguhnya yang harus ia lakukan, yaitu bekerja, melanjutkan pendidikan yang lebih tinggi, dan mulai sibuk mencari pasangan hidup.

*Boyband* dan *girlband* yang semakin populer mampu mencuri perhatian di kalangan remaja karena memiliki visual atau paras wajah yang cantik dan tampan, maka tidak salah jika banyak remaja perempuan yang menggemari K-Pop dikarenakan mereka memiliki rasa cinta dan rasa kekagumannya yang tinggi terhadap sang idola K-Pop (Wishandy, Loisa, R., & Utami, 2019).

Berdasarkan paparan di atas, K-Pop di Indonesia berkembang dengan pesat, karena K-Pop banyak digemari oleh kalangan remaja. Salah satu alasan remaja menjadi penggemar K-Pop selain memiliki suara, musik, dan koreografi *dance* yang bagus, idola K-Pop juga memiliki paras yang membuat remaja perempuan kagum dan jatuh hati.

Sebuah komunitas K-Pop atau disebut dengan *fandom* K-Pop aktif melaksanakan beragam macam kegiatan yang berhubungan dengan sang idola K-pop. Para penggemar K-Pop kerap kali mengajak untuk nonton bareng ketika idola tersebut merilis album musik terbaru dan membuat video clip untuk musik terbarunya. Selain itu, para penggemar K-Pop juga ikut merayakan dan memperingati hari lahir ketika salah satu member idola K-Pop berulang tahun. Para penggemar K-Pop ikut merayakan ulang tahun sang idola dengan mengadakan perayaan di cafe. Para penggemar K-Pop rela melakukan apa saja untuk sang idola yang disukainya dan merasa sedih ketika mengetahui idola tersebut sakit dan dirundung masalah. Ketertarikan dan rasa cinta yang ditunjukkan kepada sang idola K-Pop membuat penggemar K-Pop di kehidupan sosialnya kurang berinteraksi dengan orang-orang terdekat di sekitarnya dan kurang membangun relasi sosial. Para penggemar K-Pop merasa kurang memiliki hubungan yang baik di lingkungan sosialnya, karena hal tersebut membuat penggemar K-Pop merasa kesepian. Cara yang dilakukan penggemar K-Pop adalah melakukan hubungan kedekatan dengan sang idola K-Pop (Anisela, 2021).

Para penggemar K-Pop menilai hubungan sosial yang terjadi di lingkungan tidak dapat memahami dirinya dengan baik dan adanya permasalahan yang terjadi membuat mereka tidak merasakan hubungan keakraban atau kedekatan dengan lingkungannya. Tidak terpenuhinya suatu hubungan keakraban dengan orang lain bukan menjadi bagian dari lingkungannya dan menimbulkan rasa kesepian (Fatimah, N., Noviekayati, I., & Rina, 2021).

Fenomena berkembangnya budaya Korea atau K-Pop yang digemari remaja selaras dengan meningkatnya individu dalam penggunaan media sosial. Individu jika

sudah suka dan senang dengan idolanya akan mencari tahu informasi secara mendalam melalui sumber yang sudah jelas, yaitu media sosial (Putri, 2021). Penyebaran budaya Korea hampir 100% melalui media sosial, karena media sosial mudah diakses oleh seluruh masyarakat (Putri, 2019). Melalui media sosial bisa mengetahui informasi apa saja atau informasi seputar dunia K-Pop, karena media sosial berperan penting dalam menyebarkan kebudayaan Korea (Wishandy, Loisa, R., & Utami, 2019).

Para penggemar memiliki rasa cinta yang tinggi terhadap idolanya dimana ketika ada sebuah berita terbaru di media sosial, informasi terkait idolanya akan ditelusuri tanpa mengenal waktu (Khairil, M., Yusaputra, M., & Nikmatusholeha, 2019). Menurut Nurani, Kusumadewi A & Kusumadewi S (2017), terdapat 56% remaja penggemar K-Pop menghabiskan waktunya selama 1 hingga 5 jam untuk mencari tahu informasi mengenai idolanya dan terdapat 28% penggemar K-Pop juga menghabiskan waktunya selama 6 jam untuk melihat aktivitas idolanya di media sosial. Hal tersebut bisa menyebabkan remaja penggemar K-Pop mengalami kecanduan media sosial, karena terlihat dari intensitas waktu mereka dalam mengakses media sosial yang berlebihan (Nurani, N., Kusumadewi, A., & Kusumadewi, 2017).

Berdasarkan paparan di atas, bahwa waktu yang digunakan remaja penggemar K-Pop untuk mengakses media sosial terbilang cukup tinggi. Rasa kekhawatiran para penggemar jika melewatkan suatu informasi penting atau ketakutan akan kehilangannya momen yang dibagikan idola K-Pop menjadi penyebab remaja dapat membuka media sosial lebih sering.

Menurut Oelfy (2015), remaja penggemar K-Pop cenderung menghabiskan waktunya di rumah untuk mengakses media sosial sebagai teman, sehingga mengakibatkan kurangnya aktivitas sosial di lingkungan sekitar. Hal ini berdampak apabila remaja penggemar K-Pop cenderung menghabiskan waktunya untuk membuka media sosial di rumah, maka kesepian pun akan meningkat karena kurangnya kontak sosial (Oelfy, 2015). Individu yang kurang menjalin hubungan erat

dengan orang lain membuat individu merasa bukan menjadi bagian dari lingkungan dalam hubungannya, serta memicu timbulnya perasaan kesepian (Nabilla, ST. R., & Prakoso, 2019).

Kesepian adalah suatu kondisi manusia dimana hampir setiap orang pasti pernah mengalami atau merasakan kesepian dalam hidupnya pada suatu waktu (Yurni, 2015). Kesepian sebagai sebuah fenomena yang umum yang dialami oleh anak-anak dan remaja (Rotenberg, K. J., & Hymel, 1999). Menurut hasil survei nasional Amerika pada majalah *Psychology Today*, dari hasil survei tersebut menunjukkan bahwa terdapat empat puluh ribu remaja merasa kesepian dengan persentase sebesar 79% (Febriani, 2021).

Sebagian orang menganggap kesepian bisa diterima secara normal tetapi sebagian orang lainnya menganggap bahwa kesepian adalah sebuah kesedihan yang mendalam (Winningham, R. G., & Pike, 2007). Ciri-ciri orang yang kesepian adalah mempunyai perasaan cemas dan canggung secara sosial (Cacioppo, J. T., Fowler, J. H., & Christakis, 2009). Kesepian yang terjadi pada individu ini bukan merupakan suatu gangguan psikologis, namun ketika individu tersebut mengalami kesepian dalam jangka waktu yang panjang akan berdampak pada kesejahteraan psikologis, diantaranya individu tersebut akan mengalami depresi, stres, serta dapat membahayakan tindakan bunuh diri (Peplau, L. A., & Perlman, 1982).

Kesepian adalah adanya perasaan tidak senang terhadap situasi yang dialami oleh seseorang karena memiliki sedikit hubungan yang dekat dengan orang lain atau hubungan yang diinginkannya tidak sesuai dengan kenyataan (Gierveld, J. D. J., & Tillburg, 2006). Penyebab kesepian pada individu karena sedikit mempunyai teman dan adanya ketidakcocokan dengan lingkungan di sekitar, sehingga membuat individu merasa kesepian walaupun sedang berada di tengah keramaian (Putri, 2020). Individu yang merasa kesepian memiliki dorongan untuk mendapatkan suatu hubungan yang diharapkannya, seperti berhubungan kembali dengan lingkungan di sekitar secara langsung maupun tidak langsung (Candra, 2017).

Kesepian berpengaruh terhadap komunikasi yang dilakukan secara *online*, sebab individu yang kesepian merasa lebih bebas dalam berekspresi daripada komunikasi secara langsung (Griffiths, M. D., & Pontes, 2014). Hal tersebut dikarenakan individu yang kesepian mempunyai rasa malu dan kurang memiliki rasa percaya diri jika harus berbicara di depan umum yang banyak orangnya dan merasa lebih memiliki rasa percaya diri yang tinggi ketika berbicara secara virtual melalui media sosial. Individu yang kesepian, memilih berkomunikasi secara *online* karena di media sosial ada kebebasan anonimitas (Morahan-Martin, J., & Schumacher, 2003).

Media sosial adalah salah satu media berbasis *online* yang sering kita gunakan untuk berkomunikasi dengan orang lain (Rustian, 2012). Individu yang melakukan komunikasi di media sosial tidak ada batasan ruang dan waktu. Individu bisa selalu terhubung dengan orang lain kapanpun dan dimanapun mereka berada tanpa memperdulikan seberapa jauh jaraknya. Adanya media sosial ini membuat individu merasakan kemudahan dalam berkomunikasi serta lebih efisien dalam menghemat waktu. Individu tidak perlu menghabiskan waktunya untuk bertemu dengan orang lain secara langsung, karena adanya sejumlah aplikasi *chat* dan *video call* yang dapat membantu individu agar bisa selalu berkomunikasi dengan orang lain walaupun jarak jauh.

Bagi remaja media sosial sudah menjadi candu, hal tersebut yang membuat remaja tiada hari tanpa membuka media sosial (Fronika, 2019). Remaja mudah terpengaruh dengan kehidupan sosial di dunia maya. Remaja belum mampu mengontrol terhadap penggunaan media sosial, sehingga memicu timbulnya dampak negatif dan positif (Davis, 2001). Menurut Mahmudah (2015), dampak negatif media sosial bagi remaja penggemar K-Pop, yakni, bisa membuat individu menjadi obsesi terhadap apa yang menjadi idolanya dan ingin mencari tahu lebih banyak lagi informasi mengenai idolanya. Individu juga merasa cemburu bila idola yang disukai dekat dengan orang lain, hingga mengesampingkan kehidupan pribadinya. Dampak positif media sosial bagi remaja penggemar K-Pop, yaitu bisa menjalin hubungan sosial dengan tergabung dalam komunitas sesama para penggemar K-Pop.

Kesimpulan dari hal tersebut, pentingnya kontrol yang baik terhadap diri sendiri untuk bisa membatasi rasa ingin tahu yang berlebih mengenai idolanya, dan pastikan, untuk tidak mengesampingkan kehidupan pribadi hanya untuk obsesi terhadap orang lain.

Masa-masa remaja yang sangat penting adalah ketika sudah memasuki remaja tengah. Remaja tengah tersebut sedang berada pada fase pencarian jati diri, membutuhkan peran teman sebaya, berada dalam kondisi kebingungan dikarenakan ia belum mampu dalam memilih aktivitas mana saja yang bermanfaat, serta memiliki rasa keingintahuan yang tinggi dalam segala hal yang belum ia ketahui (Sarwono, 2011). Dalam fase pencarian jati diri, remaja seringkali meniru sosok seseorang atau idola sebagai panutannya, hal tersebut merupakan peran penting dalam pembentukan pribadi remaja (Yani, 2020).

Individu yang tidak bisa mengontrol terhadap impulsnya akan cenderung menggunakan media sosial secara berlebihan dan bisa menyebabkan kecanduan media sosial (Aysan, F., & Savci, 2016). Seseorang yang seringkali menghabiskan waktunya selama 3 jam sampai 5 jam di media sosial disebut dengan kecanduan media sosial (Chou & Hsiao, 2000). Meningkatnya individu dalam penggunaan media sosial menandakan bahwa intensitas yang digunakan untuk menggunakan media sosial juga akan meningkat (Miftahurrahmah, H., & Harahap, 2020).

Dampak yang ditimbulkan saat mengalami kecanduan media sosial adalah mengakses media sosial lebih sering dan intensitas penggunaannya berlebihan, karena lebih mementingkan kehidupannya di media sosial membuat individu kehilangan sesuatu yang berarti, yaitu hubungan kedekatan dengan teman, keluarga, dan lain-lain (Wahyuni, 2021).

Seseorang yang sudah menggunakan media sosial umumnya cenderung tidak peduli dan tidak memperhatikan orang-orang yang berada di sekitar, mereka asyik saja bermain media sosial hingga lupa waktu dan bisa mengakibatkan kecanduan media sosial. Individu yang menggunakan waktu lama dalam membuka media sosial

akan kurang melakukan aktivitas sosial lainnya, seperti menjalin hubungan dengan orang lain dan berdampak pada rasa kesepian. Kecanduan media sosial berdampak dengan perasaan kesepian yang dirasakan individu (Andreassen, 2015).

Menurut Candra (2017), terdapat dua hal keterkaitan kesepian dan media sosial, yaitu bahwa penyebab seseorang yang merasa kesepian akan menghabiskan waktunya dalam penggunaan media sosial dan penggunaan media sosial menyebabkan seseorang merasa kesepian. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Amichai-Hamburger, Y., & Ben-Artzi (2003) terdapat dua kesimpulan, yaitu bahwa penyebab orang-orang yang kesepian akan menghabiskan waktunya dalam penggunaan internet dan penggunaan internet yang berlebihan menyebabkan seseorang menjadi kesepian.

Penelitian dari Kircaburun (2006), Karapetsas (2015), Zhou (2010), Morahan-Martin & Schumacher (2003) menemukan hal yang sama dan konsisten bahwa penggunaan internet dan media sosial yang berlebihan menyebabkan kesepian lebih tinggi (Karapetsas dkk., 2015; Kircaburun, 2016; Morahan-Martin, J., & Schumacher, 2003; Zhou, Xingyuan, 2010). Hal ini juga dijelaskan oleh penelitian yang dilakukan oleh Aysan, F., & Savci (2016) meningkatnya penggunaan media sosial seiring dengan meningkatnya rasa kesepian.

Penelitian yang dilakukan oleh Morahan-Martin, J., & Schumacher (2003) menemukan bahwa kesepian dapat meningkatkan penggunaan media sosial yang berlebihan. Penelitian dari Karapetsas (2015), Morahan-Martin & Schumacher (2003) menemukan hasil yang konsisten bahwa individu yang mengalami kecanduan internet memiliki tingkat kesepian lebih tinggi daripada dengan individu yang tidak mengalami kecanduan internet (Karapetsas dkk., 2015; Morahan-Martin, J., & Schumacher, 2003). Hal tersebut bahwa individu yang mengalami kecanduan media sosial akan meningkat sejalan dengan meningkatnya rasa kesepian pada individu.

Alasan peneliti ingin melakukan penelitian ini, dikarenakan kecanduan media sosial diidentifikasi berdasarkan intensitas seseorang dalam mengakses media sosial. Pada remaja penggemar K-Pop, intensitas penggunaan media sosial memang

cenderung tinggi karena digunakan untuk mengakses informasi artis favoritnya. Apalagi interaksi antar penggemar K-Pop banyak berlangsung secara daring membuat kita sulit untuk berinteraksi langsung dengan orang lain. Oleh karena itu, penelitian ini ingin membuktikan bahwa kecanduan media sosial yang berdampak pada kesepian terutama pada remaja penggemar K-Pop. Remaja penggemar K-Pop adalah remaja pecinta dunia K-Pop dimana K-Pop terkenal dengan musik, *boyband* dan *girlband*.

Jika berdasarkan gap penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, pada penelitian sebelumnya subjek yang diteliti adalah remaja, dewasa, siswa, mahasiswa, dan lain-lain secara umum. Namun subjek remaja penggemar K-Pop yang mengalami kecanduan media sosial dan kesepian belum banyak ditemukan, oleh karena itu, peneliti tertarik ingin meneliti remaja penggemar K-Pop sebagai subjek penelitian ini. Penelitian sebelumnya banyak yang meneliti mengenai hubungan antara kedua variabel dan belum banyak ditemukan penelitian mengenai pengaruh antara kedua variabel. Oleh karena itu, peneliti tertarik ingin meneliti pengaruh antara kedua variabel sebagai tema penelitian ini.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang yang telah diuraikan di atas, terdapat masalah dalam penelitian ini. Berikut identifikasi masalah yang peneliti teliti, yaitu:

1. Bagaimana gambaran kecanduan media sosial pada remaja penggemar K-Pop?
2. Bagaimana gambaran kesepian pada remaja penggemar K-Pop?
3. Apakah terdapat pengaruh kecanduan media sosial terhadap kesepian pada remaja penggemar K-Pop?

### **1.3 Pembatasan Masalah**

Berdasarkan dengan identifikasi masalah yang sudah dijelaskan di atas, maka pembatasan masalah pada penelitian ini dibatasi pada masalah pengaruh kecanduan media sosial terhadap kesepian pada remaja penggemar K-Pop.

### **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan pada pembatasan masalah di atas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah “Apakah terdapat pengaruh kecanduan media sosial terhadap kesepian pada remaja penggemar K-Pop?”

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kecanduan media sosial terhadap kesepian pada remaja penggemar K-Pop.

### **1.6 Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini terdiri dari manfaat teoritis dan manfaat praktis. Adapun manfaat teoritis dan manfaat praktis diantaranya sebagai berikut:

#### **1. Manfaat Teoritis**

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan yang bermanfaat bagi ilmu perkembangan psikologi, khususnya dalam Psikologi Klinis. Berdasarkan perspektif Psikologi Klinis mengenai penelitian ini adalah para pengguna media sosial sebaiknya memikirkan terlebih dahulu mengenai dampak atau konsekuensi yang akan terjadi nantinya yang ternyata dapat berpengaruh pada kesehatan fisik, sosial, dan kesejahteraan hidup.

## 2. Manfaat Praktis

- Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran pemahaman yang jelas mengenai pengaruh kecanduan media sosial terhadap kesepian pada remaja penggemar K-Pop. Melalui penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan kesadaran kepada seluruh masyarakat, khususnya dalam penelitian ini adalah remaja penggemar K-Pop sebaiknya lebih bijaksana lagi dalam penggunaan media sosial agar tidak berlebihan dalam penggunaannya.

- Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan memberikan manfaat kepada mahasiswa lainnya yang sedang mengerjakan tugas akhir skripsi untuk dijadikan sebagai bahan bacaan atau referensi.

- Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sumber referensi bagi peneliti selanjutnya yang akan mengangkat tema yang sama, namun dibuat dari sudut pandang yang berbeda.