

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi pada saat ini berkembang secara pesat, setiap individu dapat mengakses internet secara bebas dan luas. Internet juga dengan mudah di akses pada perangkat seperti *handphone*, laptop, komputer. Hal ini memberikan kemudahan untuk mengetahui informasi dan budaya baik dalam negeri maupun luar negeri. Banyaknya informasi datang dari sosial media, dan penggunaan sosial media di Indonesia sudah mencapai 191 juta pengguna pada tahun 2022 (Data Indonesia, 2022). Sosial media sendiri seperti *whatsapp*, *youtube*, *instagram*, *twitter*, *lysn*, dan lainnya menjadi wadah untuk mengetahui budaya luar termasuk budaya Korea Selatan. Besarnya keinginan untuk mengetahui budaya Korea diberi istilah *Korean Wave* atau *Hallyu*. Istilah *Hallyu* atau *Korean Wave* pertama kali muncul tahun 2003 di Jepang (Liputan 6, 2021). *Korean wave* sendiri meliputi *Korean Drama*, *Korean Movie*, dan *Korean Pop*.

*Korean pop* menjadi sangat populer bagi masyarakat Indonesia, dilansir pada Kompasiana (2021) bahwa penggemar *Korean pop* atau KPOP terbesar pada tahun 2021 adalah Indonesia. Banyaknya acara Indonesia yang mengundang boyband/girlband korea mencerminkan bahwa KPOP sangat diminati di Indonesia, seperti acara *Tokopedia Award* yang mengundang banyak sekali artis KPOP, kemudian juga pada september 2022 kemarin mengundang artis KPOP untuk datang pada acara *Indonesia Television Awards* Bahkan di Indonesia seringkali menjadikan artis KPOP sebagai *brand ambassador* untuk produk, seperti Sehun dari EXO yang menjadi *brand ambassador* produk White Lab dan juga Song Joong Ki yang

menjadi *brand ambassador* dari Scarlett Whitening. Data yang dirilis dari Spotify sendiri menunjukkan bahwa Indonesia adalah negara kedua paling banyak memutar lagu KPOP pada tahun 2020 (Tirto, 2020).

KPOP memiliki ciri khas yaitu *boygroup* dan *girlgroup*nya, KPOP dengan ciri khasnya sudah mulai dari tahun 1990-an dengan grup H.O.T, Seo Taiji and Boys, SHINHWA, dan SECHSKIES. Di Indonesia sendiri korean pop mulai terkenal pada tahun 2009 dengan *boygroup* dan *girlgroup* seperti Super Junior, Girls Generation atau SNSD, BIGBANG, dan 2NE1. Hingga saat ini *boygroup* dan *girlgroup* sudah mendunia seperti BTS dan BLACKPINK. BTS sendiri sudah memenangkan penghargaan *grammy award* dan BLACKPINK sedang melakukan *world tour*.

*Boyband* atau *girlband* biasanya beranggotakan beberapa orang mulai dari empat hingga sembilan orang namun terdapat beberapa *boyband* atau *girlband* yang beranggotakan lebih hingga 26 anggota. *boyband/girlband* juga diharuskan untuk menari, menyanyi, dan *rap* terkadang juga dituntut untuk berakting untuk memenuhi konsep ataupun rancangan dari penampilan mereka. Penampilan yang diberikan kepada penggemar dilakukan secara totalitas yang membuat masyarakat menyukai KPOP.

Selain dari kemampuannya, grup dari KPOP juga dibentuk untuk memiliki kepribadian yang baik karena kepribadian yang baik bisa menjadi nilai tambahan agar masyarakat menyukai. Kepribadian yang baik yang dimaksud seperti bersikap ramah terhadap penggemar, rajin berolahraga dan juga tidak merokok. Artis KPOP pun juga memiliki daya tampil yang berkarisma, dan paras yang tampan dan cantik dengan adanya kewajiban tersebut, hal ini memudahkan para penggemar untuk langsung menyukai idolanya karena grup dari KPOP mampu menunjukkan citra yang terlihat sempurna.

Artis KPOP juga berinteraksi dengan penggemarnya dan sering terjadi baik secara langsung dan di sosial media. Artis KPOP melakukan interaksi secara langsung terjadi di atas panggung dan juga pada acara *fansign* atau tanda tangan bersama penggemar. Pada saat di panggung para

artis melakukan interaksi singkat seperti pertanyaan mengenai kesehariannya, tak jarang juga para artis bertanya apakah penggemar tentang pola makan para penggemar dan juga para artis sering mengingatkan penggemar untuk menjaga kesehatannya. Kemudian pada acara *fansign*, penggemar bertanya seputar kehidupan atau kegiatan yang dilakukan idolanya. Penggemar juga mengungkapkan rasa sayangnya kepada idolanya, para artis pun membalas ungkapan tersebut secara terbuka. Sehingga penggemar merasakan kepribadian yang baik dari sang idola.

Memiliki wajah yang tampan dan cantik, kepribadian yang baik, dan kemampuan yang dimiliki artis KPOP membuat masyarakat menyukainya, dan menganggap bahwa artis KPOP adalah individu yang sempurna. Karena kesempurnaan tersebut menimbulkan perasaan romantis kepada idola dan menginginkan idolanya menjadi pasangan (Anissela, 2021).

Hasil survey IDN Times pada tahun 2019 (dalam Gumelar et al., 2021) menunjukkan bahwa penggemar KPOP terbanyak jatuh pada usia 20 hingga 25 tahun yaitu sebesar 40,7%, kemudian juga ketiga terbesar adalah usia di atas 25 tahun yaitu 11,9%. Hasil dari survei tersebut menunjukkan bahwa usia 20 hingga 30 tahun yang merupakan dewasa awal adalah lebih dari 50% dari penggemar KPOP.

Masa dewasa awal merupakan tahapan perkembangan untuk melakukan intimasi. Pada tahap ini individu dituntut untuk memiliki perkembangan sosioemosi ditandai oleh ketertarikan, cinta, dan relasi (Santrock, 2012). Dewasa awal juga memiliki tugas perkembangan untuk menjalani hubungan intim, Erikson menyebutkan bahwa individu memiliki tugas untuk membentuk hubungan intim dengan orang lain. Sebelum membentuk hubungan yang intim maka individu perlu untuk mendapatkan pasangan. Pasangan akan ditentukan individu berdasarkan preferensi yang dimiliki oleh individu.

Pemilihan pasangan merupakan pengambilan keputusan yang sangat penting sebelum memulai hubungan romantis. Pemilihan pasangan tiap individu memiliki preferensi yang berbeda-beda. Preferensi pemilihan pasangan adalah proses menentukan kriteria untuk menentukan pasangan

hidup (Buss, 2008) dimulai dari usia, fisik, agama, keuangan hingga karakter dari lawan jenisnya. Diperlukannya preferensi pemilihan pasangan agar dapat menyaring calon pasangan hidup. Hal ini juga membantu individu untuk berhati-hati dalam memilih pasangan. Menurut DeGenova (2008) bahwa individu dapat melihat kecocokan dari hubungannya jika pasangannya memiliki kriteria yang sesuai. Individu juga mencari pasangan yang dapat memenuhi kebutuhannya.

Kriteria yang dibuat oleh individu biasanya berdasarkan evaluasi diri (Rosalinda & Michael, 2019). Kriteria yang diimpikan untuk menjadi pasangan hidup tidak hanya dipengaruhi oleh zaman tetapi juga orang tua, keluarga, karakter buku serta idolanya. Kriteria yang berdasarkan idolanya umumnya melihat dari fisik idolanya. Tapi tak menutup kemungkinan untuk memiliki kriteria yang sesuai dengan karakter dari *idol* tersebut. Hal ini termasuk pemilihan pasangan berdasarkan dari fantasi (DeGenova, 2008). Karakter dari idolanya didapatkan melalui persepsi penggemar saat melihat interaksi yang diberikan idolanya baik di atas panggung maupun di sosial media sehingga menimbulkan karakter.

Berdasarkan studi pendahuluan singkat yang dilakukan peneliti, terdapat preferensi pemilihan pasangan yang sesuai dengan KPOP *idol* yang di idolakan oleh responden. Studi pendahuluan ini terdapat 10 responden yang telah menyukai KPOP lebih dari 1 tahun. Terlihat bahwa KPOP memang mempengaruhi kriteria atau preferensi pemilihan pasangan pada individu. Pada responden terdapat 9 dari 10 responden ingin menjalin hubungan romantis dengan artis KPOP idolanya, kemudian 8 dari 10 responden menginginkan untuk kriteria pasangannya seperti idola mereka baik secara fisik maupun kepribadian, responden-responden tersebut melihat daya tarik dari calon pasangan. Contohnya adalah responden dengan inisial C mengatakan bahwa “ingin seperti Kim Mingyu. Baik, lucu, tinggi, manis, sabar, dan dewasa”. Kemudian juga pada responden A mengungkapkan “saya memiliki kecenderungan untuk mencari aspek-aspek yang dimiliki oleh idola saya ketika menentukan calon pasangan saya.” ada juga E mengatakan “yang tinggi dan badannya pas kaya Asahi”. Terlihat



bahwa menggemari artis KPOP memang memengaruhi kriteria atau preferensi pemilihan pasangan pada individu. Kemudian seluruh responden tidak setuju apabila memiliki pasangan yang tidak memiliki sumber finansial, responden tetap memilih untuk memiliki pasangan yang bekerja sehingga status ekonomi pada calon pasangan juga diperhitungkan.

Terdapat juga penggemar KPOP yang memiliki pasangan dan tetap menggemari KPOP. Pada penelitian yang dilakukan oleh Dhuita (2023) bahwa individu yang menggemari KPOP tetap mendapatkan pasangan tanpa terintervensi oleh idolanya. Terdapat 248 responden yang menggemari BTS dan sering melakukan pengidolaan terhadap idolanya pada sosial media. Hal ini menunjukkan bahwa menggemari KPOP juga bisa tidak memengaruhi preferensi pemilihan pasangannya.

Preferensi pemilihan pasangan dilakukan oleh individu sebelum memutuskan menjalin hubungan romantis dengan seseorang. Hubungan romantis dapat berupa berpacaran ataupun menikah. Kedua hal tersebut membutuhkan banyak pertimbangan. Orang yang dipilih oleh individu sebagai pasangan tentu saja sudah memenuhi kriteria yang telah individu tetapkan, dan kriteria ini diprediksi oleh *romantic beliefs* yang individu yakini.

*Romantic beliefs* dapat berkembang seiring dengan pengalaman individu dalam berhubungan romantis, baik secara langsung ataupun tidak langsung (Syafriana et al., 2016). Pengalaman secara langsung berarti individu mengalami hubungan romantis yaitu berpacaran, bertunangan, menikah, ataupun hubungan yang dijalani tanpa adanya label. *Romantic beliefs* dalam hubungan romantis yang secara tidak langsung dialami berasal dari media baik itu buku, lagu, dan film. Menurut Jin & Kim (2015) bahwa paparan media dapat membentuk stereotip bagi penonton yang masih muda, bahkan sebelum mereka merasakan hubungan romantis yang nyata. Paparan media tentang KPOP atau idola dapat membentuk ekspektasi penggemar dan dapat berpengaruh terhadap *romantic beliefs* yang dipercayai oleh penggemar, paparan media tersebut dapat berupa interaksi pada media sosial.

Individu memiliki *romantic beliefs* yang berbeda-beda dipengaruhi oleh latar belakangnya masing-masing pada saat menjalani hubungan romantis. *Romantic beliefs* adalah harapan atau pandangan dalam menjalani hubungan romantis (Syafrina et al., 2016). Menurut Sprecher & Metts (1999) individu sebelum memulai hubungan romantis akan mempunyai ekspektasi tentang bagaimana hubungan tersebut akan berjalan, aturan yang membuat pasangan tersebut nyaman dan hal lain-lainnya ini didasari oleh *romantic beliefs* yang individu yakini. Maka dari itu *romantic beliefs* berperan dalam preferensi pemilihan pasangan dan memulai sebuah hubungan.

*Romantic beliefs* memiliki peran dalam menentukan kriteria tetapi individu juga perlu untuk berpikir secara kritis tentang apa yang akan menjadi kriteria dalam pemilihan pasangan. Dalam berpikir kritis dibutuhkan kematangan emosi. Emosi menurut KBBI adalah luapan perasaan yang berkembang dan surut dalam waktu yang singkat. Emosi juga menunjukkan perasaan atau reaksi kepada suatu kejadian (Fitri & Adelya, 2017). Diperlukannya kematangan emosi untuk mengontrol atau mengatur perasaan emosi. Kematangan emosi sendiri memiliki pengertian kondisi dimana individu dapat mengendalikan dan mengarahkan emosi yang kuat (Murray, 1997). Kemudian kematangan emosi juga kemampuan dalam mengekspresikan emosi secara tepat dan wajar (Muawanah & Pratikto, 2012). Kematangan emosi sangat berkaitan dengan usia, namun menurut Murray (1997) seseorang dapat menjadi dewasa secara usia tetapi tidak secara emosional.

Individu yang memiliki kematangan emosi memiliki kemampuan untuk berpikir dan berbicara dengan lebih baik, Individu yang memiliki kematangan emosi juga bisa berpendapat secara kritis (Susanto, 2018). Kemudian menurut Hurlock (dalam Endrastuty & Setiawati, 20) juga memiliki ciri-ciri seperti, mengungkapkan emosi dengan tenang, memberikan reaksi emosi yang stabil dan tidak berubah ubah, dan menilai sesuatu secara kritis, maka dari itu kematangan emosi dapat berdampak pada banyak hal salah satunya cara individu menghadapi segala situasi

apapun termasuk menanggapi secara kritis *idol* KPOP yang digemarinya. Ketika individu menjadi penggemar KPOP diperlukan kematangan emosi untuk menilai secara kritis terhadap perasaan suka yang dimiliki kepada idola, untuk dapat memiliki preferensi pemilihan pasangan yang wajar.

Kematangan emosi merujuk pada kemampuan seseorang untuk mengatur dan mengelola emosi mereka sendiri dengan baik. Individu yang lebih matang secara emosional mungkin lebih mampu mempertahankan hubungan yang sehat dan bahagia karena mereka cenderung lebih terampil dalam berkomunikasi dan menyelesaikan konflik dengan pasangan mereka.

Individu yang lebih matang secara emosional mungkin juga lebih mampu memilih pasangan yang sesuai dengan kebutuhan dan nilai-nilai individu. Individu yang memiliki kematangan emosi mungkin lebih mampu memahami apa yang individu inginkan dan butuhkan dalam hubungan dan cenderung memilih pasangan yang dapat memenuhi kebutuhan tersebut. Kematangan emosi diperlukan untuk pendewasaan diri sehingga individu dapat menempatkan diri sesuai keadaan, dengan menyadari keadaan yang ada maka individu dapat menjadi realistis, sehingga individu dapat memiliki preferensi pemilihan pasangan yang juga realistis.

*Romantic beliefs* dapat memengaruhi preferensi pemilihan pasangan, jika individu memiliki *romantic beliefs* yang kuat maka individu tersebut menginginkan pasangannya untuk menjadi seperti apa yang ia yakini. Jika individu meyakini bahwa pasangannya haruslah sempurna akan berujung pada pemilihan pasangan yang tidak akan ada akhirnya sehingga sia-sia, dan merasakan frustrasi serta kecewa (Larson, 1992). Terdapat juga penelitian yang dilakukan oleh Yaman dan Yavuz (2020) menyatakan bahwa individu yang memiliki *romantic beliefs* yang tinggi maka akan menjadikan individu memiliki kriteria pemilihan pasangan yang dibatasi oleh individu, sehingga menjadikan individu sulit untuk mendapatkan pasangan dan sulit untuk menemukan kepuasan dalam hubungan romantis yang dimiliki. Berdasarkan pemaparan sebelumnya mendapatkan dugaan bahwa adanya korelasi antara *romantic beliefs* dan kematangan emosi dengan preferensi pemilihan pasangan, dan *romantic beliefs* yang diyakini

oleh penggemar KPOP sebaiknya masih dalam batas wajar serta tidaklah mencari kesempurnaan sehingga tidak menjadikan individu pemilih karena sulitnya preferensi pemilihan pasangannya.

Berdasarkan fenomena, studi pendahuluan, dapat dikatakan para penggemar cenderung memiliki *romantic beliefs* terhadap idolanya. Dari beliefs tersebut para penggemar cenderung menginginkan pasangan yang setidaknya mempunyai sedikit penampilan atau sikap dari idola yang digemarinya. Individu yang belum matang secara emosi pun memiliki preferensi pemilihan pasangan yang tidak wajar, seperti menginginkan idolanya untuk menjadi pasangan hidupnya. Sedikitnya literatur yang membahas mengenai pengaruh *romantic beliefs* dan kematangan emosi terhadap preferensi pemilihan pasangan mendorong penulis untuk melakukan penelitian berjudul **“Pengaruh *Romantic Beliefs* dan Kematangan Emosi terhadap Preferensi Pemilihan Pasangan pada Wanita Dewasa Awal Penggemar KPOP”**

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, identifikasi permasalahan di dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Seberapa besar *romantic beliefs* pada wanita dewasa penggemar KPOP?
2. Seberapa besar kematangan emosi pada wanita dewasa penggemar KPOP?
3. Seberapa besar preferensi pemilihan pasangan pada wanita dewasa penggemar KPOP?
4. Apakah terdapat pengaruh *romantic beliefs* dan kematangan emosi terhadap preferensi pemilihan pasangan pada wanita penggemar KPOP?
5. Bagaimana *romantic beliefs* dan kematangan emosi memengaruhi preferensi pemilihan pasangan pada wanita dewasa penggemar KPOP?



### **1.3 Pembatasan Masalah**

Agar penelitian ini lebih terarah, penulis mempunyai fokus batasan dalam penelitian ini yaitu pengaruh variabel *romantic beliefs*, variabel kematangan emosi, dan variabel preferensi pemilihan pasangan pada wanita dewasa awal penggemar *boyband* atau *girlband* KPOP.

### **1.4 Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Apakah terdapat pengaruh *Romantic Beliefs* dan Kematangan Emosi terhadap Preferensi Pemilihan Pasangan pada Wanita Penggemar KPOP?”.

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *romantic beliefs* dan kematangan emosi terhadap preferensi pemilihan pasangan pada wanita dewasa awal penggemar KPOP.

### **1.6 Manfaat Penelitian**

#### **1.6.1 Manfaat Teoritis**

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi sumber referensi dalam pengembangan serta menambah wawasan dalam bidang ilmu psikologi, khususnya bidang ilmu psikologi sosial. Diharapkan juga penelitian ini dapat bermanfaat sebagai literatur penunjang dari variabel *romantic beliefs*, kematangan emosi, preferensi pemilihan pasangan dan wanita penggemar KPOP.

### 1.6.2 Manfaat Praktis

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat menjadi tambahan informasi serta wawasan bagi para wanita dewasa penggemar KPOP tentang dampak yang diberikan dari preferensi pemilihan pasangan yang terbentuk dari kematangan emosi maupun *romantic beliefs*. Penelitian ini diharapkan juga bermanfaat bagi para individu untuk mengatur diri dari akses media sosial agar tidak berlebihan dan lebih memperhatikan hubungan kehidupan sosial, sehingga tidak berdampak buruk kepada ekspektasi hubungan romantis maupun hubungan sosial.

