

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1. LATAR BELAKANG

Di era saat ini, *Hallyu* atau *Korean Wave* semakin banyak digemari. Menurut (Ahn,dkk, 2013), *korean wave* didefinisikan sebagai fenomena budaya pop Korea, seperti drama, film, fesyen, musik pop dan gim *online* yang banyak digemari dan tersebar di beberapa negara seperti, Cina, Hongkong, Jepang, Taiwan, dan negara Asia lainnya. Salah satunya adalah K-Pop yang menjadi pembawa *korean wave* terbesar bagi dunia. Dikutip dari Liputan 6 (2022) jumlah penggemar K-Pop di dunia sebanyak 156 juta lebih jiwa, dan dalam kurun waktu sepuluh tahun terakhir sebanyak tujuh belas kali lipat bertambahnya penggemar K-Pop, negara-negara dengan penggemar K-Pop terbanyak adalah Indonesia, India, Meksiko, Brasil, Thailand, Amerika Serikat, Filipina, dan Jepang. Di Indonesia, K-Pop menjadi fenomena besar dalam beberapa tahun ini. Hampir seluruh masyarakat Indonesia menyukai K-Pop. Terutama semenjak pandemi *covid-19* , kondisi pada awal masa pandemi masyarakat hanya bergantung kepada media sosial dan internet untuk berkomunikasi atau mencari hiburan. Masyarakat menghabiskan waktunya untuk bermain internet yang akhirnya hal itu menjadikan mereka mengenal K-Pop. Banyak orang yang merasa, K-Pop membantu mereka dalam menghadapi masa sulit pada saat pandemi, ketika itu K-Pop menjadi pelarian saat keadaan sulit mereka. Musik yang bersemangat serta lirik yang memiliki arti positif menjadikan hal itu sebagai motivasi para penggemar. Selain itu melihat konten K-Pop juga dapat menurunkan kecemasan, pada saat itu berita yang dimunculkan dapat terbilang menyeramkan. Mengikuti konten K-Pop seperti menonton *live idol* yang digemari, *reality show* yang menampilkan tingkah lucu idola membuat para penggemar terhibur. Berdasarkan data yang dihimpun dari Media Indonesia, pada tahun 2022 media sosial twitter merilis daftar negara dengan penggemar K-Pop terbanyak sampai akhir tahun 2021,

dalam daftar tersebut Indonesia menempati urutan paling atas untuk jumlah cicitan K-Pop selama dua tahun berturut-turut.

Kota-kota besar di Indonesia menjadi tempat bertumbuhnya penggemar K-Pop, seperti di Jabodetabek. Salah satu aspek terpenting dari fandom K-Pop di Jabodetabek adalah rasa kebersamaan yang kuat dan rasa memiliki yang dirasakan oleh para penggemar. Penggemar K-Pop di wilayah tersebut sering membentuk klub dan komunitas penggemar, mereka dapat bertemu dan berinteraksi dengan penggemar lain yang berbagi kecintaan mereka terhadap K-Pop. Klub penggemar dan komunitas ini sering mengadakan acara seperti pertemuan antar penggemar, memberikan kesempatan bagi penggemar untuk berkumpul dan merayakan minat bersama mereka. Selain itu, sering juga idol K-Pop yang menyelenggarakan acaranya di daerah Jakarta atau Tangerang, seperti konser, *fanmeet*, dan *event* lainnya. Terbukti semenjak tahun 2022 sampai 2023 ini sudah banyak grup K-pop yang menyelenggarakan konser dan *fanmeet* di daerah Jakarta dan Tangerang. Seperti pada tahun 2022 grup Seventeen yang menyelenggarakan konser tunggalnya di ICE BSD pada tanggal 24 - 25 September 2022, bukan hanya itu TXT yang menggelar konser pertama kali di Indonesia pada tanggal 13 Oktober 2022, lalu NCT 127 yang menggelar konser 2 hari nya pada 4 -5 November 2022, lalu yang terbaru juga NCT Dream yang melaksanakan konser selama 3 hari berturut-turut pada 4 - 6 Maret 2023. Selain di Tangerang, Jakarta juga sering menjadi tempat penyelenggaraan *event* k-pop, baru-baru ini *girlgroup* Blackpink menyelenggarakan konsernya di stadion utama Gelora Bung Karno pada 11 - 12 Maret 2023 yang membuat mundurnya jadwal pertandingan sepak bola Indonesia (Fikri, 2023), lalu ada juga EXO - SC yang menyelenggarakan *fanmeet* nya di Beach City International Stadium Ancol pada 4 Februari 2023 di mana grup Straykids juga menyelenggarakan konser di tempat yang sama pada tanggal 13 November 2022. Sampai saat ini masih banyak artis k-pop yang akan menyelenggarakan acaranya di Jakarta dan Tangerang, selain itu hal ini membuktikan akses kemudahan yang didapatkan di kedua daerah tersebut dan daerah di sekitarnya bagi penggemar k-pop.

Di Indonesia sendiri *girlgroup/boygroup* sangat banyak digemari. Misalnya Girls Generation, Bigbang, dan Super Junior sebagai awal dari mulai masuknya K-

Pop di Indonesia. Di masa sekarang tentunya makin banyaknya jumlah grup K-Pop, dan yang paling banyak digemari seperti Exo, BTS, Twice, Blackpink, dan NCT. NCT atau yang kepanjangannya adalah *Neo Culture Technology* adalah boygroup dibawah naungan *SM Entertainment*, yang juga menaungi Exo, Super Junior dan Girls Generation. NCT debut pada tahun 2016 dengan merilis lagu pertamanya yang berjudul “*the 7th sense*”. Grup NCT memiliki konsep yang berbeda dari *boy grup* lainnya, yaitu anggota NCT tidak terbatas dan saat ini memiliki 23 anggota dengan asal yang berbeda-beda, bukan hanya dari Korea, tapi juga ada yang berasal dari Canada, Amerika, Jepang, Thailand dan China. Selain itu NCT juga memiliki 4 sub unit yaitu, NCT U, NCT 127, NCT Dream, dan WayV. NCT menjadi grup terkenal lewat album *comebacknya* “*Resonance pt.1*” dengan lagu terkenalnya “*Make A Wish*”, melalui *comeback* tersebut NCT diberikan predikat *Million seller*, dan memuncaki peringkat nomor satu di 35 negara, termasuk Indonesia. Nctzen, sebutan untuk nama penggemar NCT di Indonesia sangatlah banyak, dapat dilihat saat NCT 127 datang ke Jakarta, Indonesia untuk menggelar konser tunggal nya pada 4-5 November 2022, penjualan tiket konser tersebut habis hanya dalam waktu yang sangat singkat. Selain itu, NCT Dream juga menjadi pengisi acara televisi Indonesia sebanyak dua kali berturut-berturut hanya dalam jangka beberapa bulan, acara tersebut pun sangat ramai di meriahkan oleh Nctzen. Selain itu juga, banyaknya Nctzen di Indonesia akhirnya membuat beberapa *brand* lokal Indonesia menjadikan NCT sebagai modelnya, seperti NCT 127 yang menjadi *brand ambassador E-commerce* lokal yaitu blibli, dan NCT Dream yang menjadi *brand ambassador* untuk merk mie Lemonilo.

Hasil dari survey pendahuluan yang dilakukan oleh peneliti kepada Nctzen menyatakan bahwa semenjak mengenal NCT sebagian besar mereka merasakan dampak positif. Penggemar merasa lebih ingin bekerja keras karena motivasinya ingin bertemu idolanya, lebih banyak menambah pertemanan dan memperluas relasi, menjadikan nya individu yang dapat menghargai perasaan orang lain, lebih merasa hidup dan bahagia, mengembangkan diri seperti mulai belajar bahasa Korea, mencintai diri sendiri, serta menghindari individu dari melukai diri sendiri. Studi pendahuluan menggambarkan kesejahteraan Nctzen semenjak mengenal NCT. Para penggemar NCT menggambarkan bahwa semenjak mengenal NCT

merasa lebih bahagia, memiliki kehidupan yang lebih memuaskan karena adanya tujuan dan motivasi baik dari idolanya dan sosial. Dalam kondisi tersebut menunjukkan adanya *subjective well-being* pada para Nctzen, yaitu kondisi keseluruhan rasa kebahagiaan atau kepuasan seseorang dengan hidupnya, kondisi tersebut didasarkan pada persepsi individu tentang kehidupan mereka.

Individu dengan *Subjective well-being* yang tinggi adalah ketika seseorang menyukai kehidupan yang dijalannya (Diener, 1984). Kesejahteraan tidak bisa terlepas dari penilaian kognitif dan afektif. Penilaian kognitif sendiri adalah penilaian individu atas kepuasan hidupnya. Kepuasan hidup didapatkan dari setiap peristiwa dan keadaan hidup individu, tergantung pada tujuan, nilai dan budaya individu. Sedangkan penilaian afektif adalah perasaan yang melibatkan emosi positif dan negatif yang dirasakan. Contohnya, emosi termasuk komponen evaluatif, beberapa peneliti berpendapat bahwa pengalaman emosional individu dapat memberikan bukti tentang evaluasi mereka terhadap kehidupan secara keseluruhan (Kahneman, D., Diener, E., & Schwarz, 1999). Ini menandakan kedua penilaian tersebut menjadi hal yang menyatu, yaitu penilaian kepuasan hidup melibatkan emosi, ketika seseorang merasa puas akan kehidupannya, emosi positif pun akan muncul, sedangkan ketika individu belum merasakan kepuasan, maka emosi negatif yang akan hadir. Dengan demikian, *subjective well-being* dapat dinilai dengan seberapa sering atau intens individu mengalami berbagai emosi positif dan negatif seperti "bahagia", "sedih", "marah", atau "senang" (Diener et al., 2010)

*Subjective well-being* mengacu pada evaluasi individu terhadap kepuasan dan kebahagiaan hidup mereka secara keseluruhan. Penting untuk dicatat bahwa *Subjective well-being* adalah konstruksi yang kompleks dan beragam yang dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk dukungan sosial, keadaan hidup, dan sifat kepribadian individu. Menurut (Lyubomirsky Sonja & Heidi, 1999), Kebahagiaan memiliki arti yang berbeda bagi setiap individu, itu bisa menjadi perasaan positif saat ini, kepuasan hidup jangka panjang, semua bentuk kesejahteraan, atau alasan dari kesejahteraan tersebut. Oleh karena itu, menjadi bahagia bukanlah sesuatu yang dapat dengan mudah kita kehendaki atas diri kita sendiri. Sebaliknya, itu adalah sesuatu yang secara alami muncul dari kehidupan

yang dijalani dengan baik (Csikszentmihalyi, 1997). Hal itu menunjukkan rasa bahagia muncul karena suatu peristiwa ataupun alasan, selain itu kebahagiaan juga muncul ketika individu mencarinya. Perasaan bahagia bukan saja karena hal besar, tapi juga hal kecil dapat menimbulkan kebahagiaan.

*Subjective well-being* adalah konsep yang mencakup pengalaman emosi yang menyenangkan dan rendahnya mood negatif serta tingginya kepuasan (Diener,dkk., 2005). Ketika seseorang memiliki *subjective well-being* tinggi maka cenderung aktif, merasa puas dengan hidupnya, bahagia dan optimis. Namun ketika seseorang mengalami *subjective well-being* rendah maka seseorang tersebut lebih cenderung sering khawatir, kecewa dan mudah bersedih. Selain itu, seseorang yang memiliki *subjective well-being* bisa merasa tangguh meskipun disituasi yang sulit.

Menurut Ryan dan Deci (dalam Eid & Diener, 2004) bahwa pandangan *subjective well-being* yang menekankan pada kepuasan hidup, serta afek positif dan tidak adanya afek negatif disebut dengan pandangan hedonic. Kesejahteraan subjektif merupakan salah satu kajian dalam psikologi positif, yang didefinisikan sebagai suatu fenomena yang meliputi evaluasi kognitif dan emosional individu terhadap kehidupan mereka, seperti apa yang disebut orang awam sebagai kebahagiaan, ketenteraman, berfungsi penuh, dan kepuasan hidup. Selain itu, Schimmel (2009) mengutarakan bahwa kebahagiaan merupakan penilaian individu terhadap kualitas hidupnya. Schimmel berpendapat bahwa kebahagiaan dapat disebut sebagai *subjective well-being*. Selain itu, dikemukakan pula bahwa kebahagiaan adalah salah satu konsep penting dalam psikologi positif dan menjadi salah satu indikator dalam *subjective well-being* oleh Seligman (dalam A'yun, Tentama & Situmorang, 2018). *Subjective well-being* sangat penting karena pendekatan ini memberikan individu hak untuk mendefinisikan kehidupan yang baik dan menilai apakah kehidupannya bermanfaat atau tidak (Diener, 2000). *Subjective well-being* menekankan bahwa seseorang bisa dikatakan sejahtera hanya ketika ia merasa bahagia secara subjektif.

Bagi beberapa individu, menjadi penggemar K-Pop dapat memberikan kontribusi positif bagi *subjective well-being* mereka dengan memberikan rasa kebersamaan dan memiliki dengan sesama penggemar, serta menawarkan pelarian dari stres sehari-hari. Meskipun menjadi penggemar K-Pop atau bentuk hiburan

lainnya dapat membawa kegembiraan dan kesenangan dalam hidup seseorang, perlu diperhatikan bahwa *subjective well-being* dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti hubungan pribadi, pekerjaan, kesehatan, dan lainnya.

Seperti pada penggemar NCT atau Nctzen, *subjective well-being* dapat bervariasi tergantung pada pengalaman dan perasaan masing-masing terkait dengan fandom mereka. Bagi sebagian penggemar, menjadi bagian dari fandom NCT dapat menghadirkan rasa kebersamaan, identitas, dan rasa memiliki. Mereka mungkin menemukan kegembiraan saat berinteraksi dengan penggemar lain, menghadiri konser, dan mendukung anggota favorit mereka. Orang-orang ini mungkin merasakan adanya tingkat *subjective well-being* yang tinggi sebagai akibat dari keterlibatan mereka dalam fandom. Menjadi penggemar NCT juga dapat memberikan tujuan dan semangat, serta peluang untuk kreativitas dan ekspresi diri melalui seni penggemar, fiksi penggemar, dan konten buatan penggemar lainnya.

Menurut Bumi (2021) menjadi *fangirl* K-Pop memiliki beberapa manfaat, salah satunya memotivasi diri. Menjadi seorang idola bukan lah sesuatu yang mudah untuk didapatkan tentunya harus melawan perjuangan yang panjang, dan cobaan serta rintangan yang dihadapinya. Hal itu dapat menjadikan seorang penggemar sebagai motivasi diri nya untuk lebih berjuang akan hidup yang dijalani nya. Selain itu manfaat lainnya adalah mengajarkan hal-hal yang positif, banyak grup K-Pop yang melakukan bantuan kepada sesama, seperti ikut kegiatan amal atau memberikan donasi, hal itu akhirnya dapat memotivasi penggemar untuk menjadi lebih baik kepada sesama. Hal ini didukung pula oleh penelitian (Jannati & Qodariah, 2021) terhadap dua puluh lima Nctzen di Bandung bahwa semenjak menyukai NCT mereka merasa lebih bahagia karena adanya tujuan hidup, mengalami peningkatan prestasi karena adanya motivasi dari NCT, serta menurun nya tingkat stress yang mereka hadapi. Tidak hanya pada grup NCT, penggemar grup lain juga merasakan adanya dampak positif setelah mengenal idola nya tersebut, seperti pada penelitian (Fadilah Zamani,dkk., 2022) mengatakan para penggemars BTS merasa karya yang dibawakan BTS memberikan makna mengenai kehidupan. Hal ini karena BTS sering menciptakan lagu yang berasal dari kisah nyata.

Hal ini didukung pula oleh penelitian (Lestari, dkk., 2021), dengan menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi bahwa subjek tidak mempunyai dampak negatif ketika menyukai K-Pop, malah idola K-Pop tersebut mampu memberikan dampak positif pada dirinya, subjek merasa bahagia ketika mendengar berita keberhasilan idolanya yang menjadikan motivasi bagi diri subjek. Lalu ketika ada yang menghina idola kesukaannya, subjek dapat bersikap dewasa karena menurutnya orang yang menghina nya tidak sebanding dengan idola nya, bagi subjek K-Pop merupakan sumber kesenangan untuk dirinya.

Eid dan Diener (2004) menjelaskan konsep emosi positif dan kepuasan hidup dalam *subjective well-being* dapat dilihat dari pengalaman individu yang menyenangkan, tidak merasa stress, tidak merasa cemas, yang dapat disimpulkan mengalami perasaan yang menyenangkan, dan merasakan kepuasan dalam hidupnya. Namun, ketika individu mengalami permasalahan pada kehidupannya yang berdampak pada rasa tidak menyenangkan akan kehidupannya, tidak menilai hidupnya positif dan mencari jalan keluar ke hal lain seperti melakukan pemujaan yang berlebihan pada idolanya. Hal ini dapat dikaitkan dengan salah satu faktor *subjective well-being* menurut Argyle, Myers, dan Diener (dalam Compton, 2005) yaitu kontrol diri. Individu yang tidak dapat mengontrol diri, dapat menyukai idolanya secara berlebihan dan mendalami kehidupan dari sosok idola akan berdampak pada perilaku obsesi, perilaku maladaptif dan dapat mengacu pada hubungan (parasocial) intim antara penggemar dan selebriti (Horton & Wohl, 1956).

Selain memiliki dampak positif, menjadi penggemar memiliki sisi negatif apabila menyukai idola secara berlebihan atau fanatisme. Fanatisme adalah keyakinan yang berlebihan terhadap suatu objek yang ditunjukkan dengan aktivitas dan rasa antusias yang ekstrem ,serta rasa cinta, keterikatan emosi yang berlebihan dalam waktu yang lama (Rinata & Dewi, 2019). Seperti yang dikutip oleh Izzati (2022), yaitu kasus “S”, para penggemar NCT tidak terima hinaan yang dilontarkan oleh S yang merupakan penggemar NCT juga terhadap dua anggota NCT Dream , yang mengakibatkan S harus meminta maaf dengan menulis surat beserta materai, dan video meminta maaf dengan orang tuanya namun S tolak, yang akhirnya membuat S menerima berbagai ancaman dari pengguna twitter @berflowerrr

seperti membawa kasus ini ke jalur hukum. Selain itu, salah satu yang biasa terjadi adalah *fanwar* atau *fandom war*. Menurut Yulianti (2022) *fanwar* adalah perselisihan yang terjadi antara penggemar grup satu dengan penggemar grup lainnya. *Fanwar* sendiri merupakan salah satu bentuk dukungan penggemar kepada idola, *fanwar* biasanya terjadi karena adanya pertukaran pendapat atau argumentasi yang berakhir dengan perselisihan, pada kondisi ini biasanya mereka akan membela idola mereka dengan cara menjatuhkan idol lainnya. Selain itu *fanwar* juga terjadi karena biasanya para penggemar sering membandingkan prestasi grup kesukaan nya dengan grup lainnya.

Setiap penggemar menunjukkan kesukaannya terhadap idolanya dengan cara yang berbeda-beda, biasanya penggemar banyak menghabiskan waktunya untuk mencari informasi tentang idolanya tersebut, menonton acara yang diisi oleh idolanya. Selain itu penggemar juga tidak segan membelanjakan uangnya untuk memiliki barang yang berhubungan dengan idolanya tersebut, atau banyak pula yang mereka untuk memutuskan membeli tiket konser atau acara yang dihadiri oleh idolanya agar dapat bertemu dan melihat langsung idolanya tersebut. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian (Dewi & Indrawati, 2019) yang menunjukkan membeli barang-barang yang berkaitan dengan idolanya seperti album merupakan aktivitas yang dilakukan penggemar. Menabung juga menjadi salah satu bentuk dukungan penggemar kepada idolanya dengan tujuan untuk membeli tiket konser atau bahkan berencana pergi ke Korea. Kegiatan yang dilakukan penggemar tersebut dinamakan pemujaan selebriti atau *celebrity worship*, yang menjadikan selebriti tersebut sebagai idola atau panutannya (Giles & Maltby, 2004). Jenis perilaku ini sering ditandai dengan keinginan untuk meniru perilaku, gaya, atau nilai selebriti, dan dapat mencakup serangkaian perilaku seperti mengikuti akun media sosial selebriti, mengumpulkan memorabilia, menghadiri konser atau acara, atau bahkan yang lebih ekstrem adalah menguntit.

*Celebrity worship* adalah suatu kondisi individu yang menyukai seseorang atau selebriti yang akhirnya menjadi terobsesi, sehingga obsesinya tersebut menjadikan nya tertarik dengan kehidupan pribadi selebriti tersebut (McCutcheon dkk., 2002). Menurut (Wayan dkk., 2020) perasaan suka terhadap selebriti dapat menimbulkan obsesi yang akan menyebabkan hubungan satu arah antara



penggemar dan selebritinya. McCutcheon, Lange & Houran (2002) menyatakan bahwa kondisi parasosial ini akan menjadi fenomena tidak normal apabila individu menjadi sangat terobsesi kepada satu atau lebih selebriti. Adanya kemungkinan *celebrity worship* memiliki hubungan dengan disosiasi. Disosiasi adalah cerminan kurangnya integrasi normal dari pengalaman, perasaan, dan pikiran dalam kesadaran dan ingatan sehari-hari dan terkait dengan sejumlah masalah kejiwaan (Bernstein & Putman, 1986; Corcoran & Fischer, 2000).

McCutcheon, dkk (2002) menyatakan bahwa *Celebrity worship* memiliki tiga tingkatan sikap dan perilaku dari yang terendah sampai dengan yang paling ekstrim. Untuk tingkatan paling rendah adalah *entertainment - social*, pada tingkat ini penggemar tertarik pada selebriti favoritnya karena merasa dapat menghibur dan menarik perhatian (STEVER, 1991). Lalu untuk tingkat menengah adalah *intense - personal*, pada tahap ini penggemar mulai melibatkan afektif kepada selebritinya. Lalu untuk tingkat yang paling tinggi atau ekstrim adalah *borderline - pathological*, ditahap paling ekstrim ini penggemar bisa saja melakukan apapun demi selebritinya. Menurut McCutcheon, penggemar berperilaku seperti kecanduan, semakin tinggi tingkat kecanduan kepada selebriti, maka semakin tinggi pula tingkat pemujaan seseorang dan keterlibatan dengan sosok selebritinya (Ayu & Astiti, 2020).

Salah satu contoh penggemar yang berada di tahap paling ekstrim atau *borderline pathological* adalah *sasaeng*. *Sasaeng* sendiri berasal dari bahasa Korea yaitu, “*sa*” yang berarti privasi atau pribadi, sedangkan “*saeng*” memiliki arti kehidupan, sehingga dapat diartikan *Sasaeng* adalah seseorang yang sangat terobsesi akan kehidupan selebriti favoritnya (Ayu & Astiti, 2020). Dalam kasus ini seperti yang dikutip Purnama (2022) dalam liputan 6 banyak K-Pop idol yang menjadi korban keobsesian para *sasaeng*, misalnya hampir terculiknya anggota Exo karena terdapat *sasaeng* yang menyewa mobil van mirip dengan milik grup Exo, yang mengakibatkan para anggota Exo sampai salah saat memasuki mobil tersebut. Kasus lainnya adalah yang terjadi pada salah satu anggota NCT, adik dari salah satu anggota NCT tersebut mendapatkan panggilan ancaman dari salah satu fans yang merasa tidak suka dengan adik anggota tersebut. Menurut Maltby, (Giles & Maltby,

2004) berdasarkan penelitian yang dilakukannya bahwa tingkat *borderline - pathological* memiliki sifat psikotisme, seperti impulsif, anti-sosial dan ego-sentris

Penelitian yang dilakukan oleh (Widjaja & Ali, 2015) menghasilkan bahwa 165 partisipan dari total 250 orang yang berpartisipasi dalam penelitiannya berada di tingkat *intense - personal* dan *borderline - pathological*, sedangkan sisanya berada pada di tingkat *entertainment - social*, hal ini menandakan bahwa banyaknya penggemar yang menyukai idolanya secara intensif dan kompulsif, pada tingkatan ini biasanya para penggemar akan memiliki rasa empati yang tinggi seperti merasakan apa yang terjadi dengan idolanya tersebut. Selain itu tidak sedikit pula penggemar yang mulai merasakan obsesif kepada idolanya, mereka mulai berfantasi akan hubungan yang dekat dengan idola tersebut. Berbeda dengan yang dihasilkan oleh penelitian Cahyani & Purnamasari (2018) dengan menggunakan penelitian kualitatif, tiga partisipannya menunjukkan bahwa mereka berada di tingkat *entertainment - social* dan *intense - personal*, ketiga partisipan ini menyukai talenta dan keahlian idola, dan ketiga partisipan ini juga mengikuti semua perkembangan idola dan tentu mereka merasakan adanya perasaan yang kuat yang dirasakan terhadap idolanya tersebut. Dapat disimpulkan bahwa kebanyakan penggemar berada di tingkat *intense - personal* terhadap idolanya

Maltby (Maltby dkk., 2004) menyatakan bahwa *celebrity worship* berhubungan dengan kesejahteraan psikologis. Hal ini didukung pula oleh penelitian Maharani, Sitasari & Safitri (2022) berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh anggota *Bollywood Mania Club Indonesia* bahwa terdapat anggota yang merasa belum bahagia dengan kehidupannya, hal itu dikarenakan keluarga yang seharusnya menjadi sumber bahagia dirasa banyak menuntut dirinya, oleh karena itu anggota tersebut merasakan bahagia ketika berkaitan dengan bollywood. Selain hasil penelitian yang dilakukan juga menunjukkan bahwa *subjective well-being* anggota BMCI dapat menentukan tingkat *celebrity worship*. Menurut Diener (Diener dkk., 2010) hal yang mempengaruhi tingginya SWB seseorang adalah lebih sering merasakan emosi positif, memiliki kemampuan berinteraksi dengan lingkungan sosial dan adanya tujuan hidup. Penelitian yang dilakukan Prihatiningrum (2018) pada penggemar K-Pop di Indonesia menunjukkan hasil hubungan yang negatif, yaitu semakin rendah *celebrity worship* individu maka

semakin tinggi pula SWB individu tersebut. Pada penelitian ini juga dapat dikatakan salah satu faktor pendukung *Subjective well-being* individu adalah tingkat tinggi rendah *celebrity worship*.

Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Kusumadewi (2021) pada penggemar K-Pop yang menunjukkan hasil bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara *celebrity worship* dengan *subjective well being* pada penggemar idol K-Pop, walaupun responden masih menyukai K-Pop namun hal tersebut diiringi dengan fokus pada kehidupan nyata seperti pekerjaan, hubungan dengan lawan jenis dan lainnya, responden merasa K-Pop bukan merupakan fokus utama walaupun masih merasakan hubungan yang intim dengan idolanya, mengikuti berita terbaru, dan membeli barang yang berkaitan dengan idolanya, namun para responden menganggap bahwa K-Pop merupakan pelarian dari kala stress, dan tetap fokus dengan urusan di kehidupan nyata. Hal ini didukung juga oleh penelitian yang dilakukan oleh Arief (2021) terhadap penggemar K-Pop pada masa remaja di Bandung yang menunjukkan hasil tidak adanya hubungan yang signifikan antara *celebrity worship* dengan *subjective well-being*, hal ini dikarenakan para penggemar yang memiliki ketertarikan kepada selebriti nya baik dalam tingkat normal hingga ekstrim tidak memiliki hubungan dengan kepuasan hidup serta perasaan positif dan negatif nya,

*Celebrity worship* dapat menjadi fenomena umum selama masa dewasa awal, karena individu mungkin mencari panutan atau sumber inspirasi saat mereka menjalani masa transisi ini dalam hidup mereka. Selain itu, media sosial dan internet semakin memudahkan untuk mengakses informasi tentang selebritis dan kehidupan mereka, yang semakin menambah daya tarik ini. *Celebrity worship* yang berlebihan selama masa dewasa awal dapat menimbulkan konsekuensi negatif, seperti menyebabkan individu membandingkan diri mereka dengan standar yang tidak realistis, menyebabkan perasaan rendah diri atau bahkan depresi. Ini juga dapat mengalihkan perhatian individu dari fokus pada tujuan dan hubungan mereka sendiri, dan berpotensi membahayakan kemampuan mereka dalam membentuk hubungan sosial.

Pada penelitian Arnett (2014) menyatakan bahwa terdapat tahapan usia baru yaitu *Emerging adulthood* atau masa transisi remaja memasuki dewasa awal, pada

masa ini individu berada di usia 18 - 25 tahun. Pada masa ini individu sudah tidak termasuk kedalam masa remaja karena individu sudah memiliki hak atas keputusan pribadinya, namun keadaan finansial yang masih belum stabil membuat individu masih bergantung kepada orang tuanya (Arini, 2020). Penelitian sebelumnya menyatakan bahwa sebagian besar penggemar K-Pop berada pada usia remaja yaitu 18-22 tahun (Hariadi & Rahmawati, 2022). Namun tidak sedikit pula individu yang sudah memasuki masa dewasa awal masih melakukan pemujaan selebriti. Fase *emerging adulthood* ini adalah fase yang cukup rentan, di fase ini menyebabkan masih banyaknya individu yang menjadikan idola sebagai sumber kekuatan. Menurut Arnett (2006), di fase ini permasalahan yang dirasakan cukup berat, seperti hubungan antara orangtua, harapan akan masa depan, serta hubungan romantis. Selain itu menurut Robbins dan Wilner (2001), pada fase ini juga sering terjadinya *Quarter life crisis* yang diakibatkan tuntutan zaman dan harapan dari orang sekitar. Hal ini membutuhkan banyak dukungan untuk individu yang akhirnya mereka dapatkan dengan menyukai idolanya. Selain itu Penting bagi individu pada usia *emerging adulthood* untuk menyadari tingkat keterlibatan mereka dengan budaya selebritas dan mempertahankan perspektif yang sehat tentang peran yang dimainkan selebritas dalam hidup mereka. Meskipun wajar untuk mengagumi dan mencari inspirasi dari figur publik, penting untuk memprioritaskan tujuan dan hubungan sendiri, dan tidak membiarkan *celebrity worship* berdampak negatif pada kesehatan mental atau pertumbuhan pribadi seseorang.

Hal yang membedakan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah dengan menggunakan dua variabel yaitu *celebrity worship* sebagai variabel bebas, dan *subjective well-being* sebagai variabel terikat. Hal ini dikarenakan masih jarang nya penelitian yang menggunakan kedua variabel tersebut, hanya ada dua penelitian terdahulu yang menggunakan variabel ini yang dijadikan acuan oleh peneliti, yaitu Pengaruh *celebrity worship* terhadap *subjective well - being* pada penggemar NCT di Bandung (Jannati & Qodariah, 2021) dan Pengaruh *Celebrity Worship* terhadap *Subjective Well - Being* pada penggemar BTS dewasa awal (Zamani & Nugrahawati, 2022). Lalu penelitian ini mengambil subjek penggemar NCT agar lebih memfokuskan individu yang mengidolakan satu grup K-Pop saja, dan usia yang menjadi target penelitian ini adalah usia masa peralihan dewasa awal yaitu

umur 18 - 25 tahun, pada usia ini merupakan rentan krisis identitas diri yang diakibatkan tekanan dari lingkungan, serta domisili yang ditargetkan adalah Jabodetabek, dimana banyak penggemar K-Pop yang berdomisili di kota tersebut, alasan lainnya yaitu Jakarta dan Tangerang sering kali menjadi tempat kunjungan idol K-Pop saat di Indonesia yang membuat kedua kota dan di daerah sekitarnya lebih mudah dalam mengakses kegiatan k-pop.

Kesimpulan dari latar belakang diatas adalah bahwa dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui bagaimana *celebrity worship* dapat mempengaruhi *subjective well-being* para penggemar, terutama penggemar NCT yang berada pada usia peralihan dewasa awal. Setiap individu tentunya mempunyai cara yang berbeda dalam menunjukkan kecintaan terhadap idolanya tersebut, dan hal itu apakah berpengaruh terhadap kesejahteraan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa judul dari penelitian ini adalah **“Pengaruh *Celebrity Worship* Terhadap *Subjective well-being* Pada Penggemar NCT (Nctzen) pada usia *Emerging Adulthood* di Jabodetabek”**

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan paparan dari latar belakang diatas, dapat disimpulkan bahwa identifikasi masalah pada penelitian ini adalah :

1. Bagaimana gambaran *celebrity worship* pada penggemar NCT (Nctzen) pada usia *Emerging Adulthood* di Jabodetabek?
2. Bagaimana gambaran *subjective well-being* pada penggemar NCT (Nctzen) pada usia *Emerging Adulthood* di Jabodetabek?
3. Apakah terdapat pengaruh dari *Celebrity worship* terhadap *subjective well-being* pada penggemar NCT yang pada usia *Emerging Adulthood* di Jabodetabek?

## **1.3. Pembatasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka penelitian difokuskan pada pengaruh *celebrity worship* terhadap *subjective well-being* pada penggemar NCT (Nctzen) pada usia *Emerging Adulthood* di Jabodetabek

#### **1.4. Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah dan batasan masalah yang sudah dijelaskan sebelumnya, maka rumusan masalah ini adalah apakah terdapat pengaruh *celebrity worship* terhadap *subjective well-being* pada penggemar NCT (Nctzen) pada usia *Emerging Adulthood* Jabodetabek?

#### **1.5. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *celebrity worship* terhadap *subjective well-being* pada penggemar NCT (Nctzen) pada usia *Emerging Adulthood* di Jabodetabek

#### **1.6. Manfaat Penelitian**

Dengan dilakukan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang banyak untuk peneliti serta para pembaca

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

- Menjadi sumber referensi dan data tambahan bagi peneliti selanjutnya yang memiliki fenomena atau variabel yang sama
- Memberikan sumbangan ilmiah yang bermanfaat bagi penelitian ilmu psikologi di Indonesia, terutama pada bidang psikologi sosial dan psikologi klinis
- Memberikan wawasan baru mengenai *celebrity worship* dan *subjective well-being*

##### **1.6.2. Manfaat Empiris**

- Menjadi acuan bagi para penggemar untuk mengetahui dampaknya bagi diri sendiri ketika mengidolakan seseorang selebriti.
- Meningkatkan kesadaran para penggemar terhadap mengidolakan selebriti.

- Menjadi pengingat untuk orang di sekitar kita apabila menemukan perilaku celebrity worship yang berlebihan dan dampaknya bagi diri orang tersebut.

