

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

K-Pop atau Korean Pop merupakan jenis hiburan berupa musik yang dibawakan oleh *girlband* dan *boyband* asal Korea Selatan. Berdasarkan sejarahnya, K-Pop modern mulai muncul pada tahun 1992-an (Adryamarthanino, 2023). Sejak awal kemunculannya, K-Pop tidak hanya menyuguhkan musik biasa. K-Pop memiliki *selling point* berupa adanya unsur tarian yang energik dan visual tiap anggotanya yang menawan (Gumelar dkk., 2021). Hal tersebut menjadikan K-Pop unik dan berbeda dari jenis musik pop lainnya.

Beberapa tahun belakangan ini, musik K-Pop semakin menunjukkan eksistensinya di berbagai negara, tidak terkecuali di Indonesia. Berdasarkan survei IDN Times pada tahun 2019, sebanyak 40,7% penggemar K-Pop di Indonesia berusia 20-25 tahun dan di posisi kedua terdapat 38,1% penggemar K-Pop di Indonesia berusia 15-20 tahun. Pada demografi jenis kelamin, 92,1% penggemar K-Pop adalah wanita dan hanya 7,9% digemari oleh laki-laki. Penggemar K-Pop telah menyebar di seluruh wilayah Indonesia namun penggemar terbanyak berasal dari Pulau Jawa. Pekerjaan penggemar K-Pop didominasi oleh pelajar dan mahasiswa dengan persentase 66,1% (Triadanti, 2019). Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa penggemar K-Pop di Indonesia didominasi oleh wanita berusia dewasa awal. Usia dewasa awal ditandai dengan adanya masa yang penuh dengan ketegangan emosional yang dapat berwujud ketakutan dan kecemasan terhadap penyesuaian-penyesuaian mengenai persoalan tertentu (Putri, 2019).

Berlanjut dari eksistensinya di Indonesia, selama beberapa tahun belakangan ini musik K-Pop juga menunjukkan perkembangan yang pesat dari

segi generasi *talent* yang dihasilkan. Perkembangan ini ditandai dengan terbentuknya banyak *girlband* dan *boyband* baru yang berhasil menembus pasar internasional (Ri'aeni dkk., 2019). BTS, NCT, BlackPink, EXO, Seventeen, Twice, dan Red Velvet merupakan *girlband* dan *boyband* asal Korea Selatan yang berhasil menembus pasar Internasional (Kama, 2017). Masing-masing dari mereka memiliki barisan penggemar dengan sebutan yang berbeda-beda.

Berbicara mengenai kesuksesan K-Pop yang berhasil menembus pasar internasional, di Indonesia sendiri K-Pop sudah memiliki tempat khusus di hati masyarakat. Laporan dari Good Stats menyatakan bahwa Indonesia berada pada peringkat pertama dengan penggemar K-Pop terbanyak di dunia (PramborsFM, 2023). Selain itu, Indonesia juga bertengger di peringkat pertama sebagai negara dengan jumlah *tweet* tentang K-Pop terbanyak pada tahun 2022 (Kim, 2022). Pada penayangan video K-Pop di *YouTube*, Indonesia menempati peringkat ketiga sebagai negara dengan *viewers* terbanyak (Sarajwati, 2020).

Indonesia juga dikenal sebagai negara dengan penggemar yang loyal pada idol K-Pop idolanya. Hal ini dikarenakan untuk menjadi seorang penggemar K-Pop bukan sesuatu yang murah. Penggemar K-Pop tak segan-segan mengeluarkan uang dengan jumlah yang bervariasi untuk membeli hal-hal yang dapat mendukung idolanya, seperti *merchandise*, album, dan membeli tiket konser (Sarajwati, 2020). Berbicara mengenai konser, di Indonesia sendiri pada tahun 2022 tercatat ada sekitar 13 konser K-Pop yang diselenggarakan. Beberapa *girlband* dan *boyband* yang menggelar konsernya di Indonesia yaitu Stray Kids, NCT, Secret Number, iKON, dan Seventeen (Janati, 2022). Bahkan yang terbaru pada awal 2023 *girlband* K-Pop BlackPink sukses menggelar konsernya. Penggemar *girlband* dan *boyband* sangat antusias untuk hadir menyaksikan idola mereka secara langsung. Tingginya antusiasme penggemar dapat dilihat dari penjualan tiket yang habis dalam waktu beberapa menit saja. Selain itu, tingginya antusiasme juga membuat promotor acara menambahkan jadwal yang semula hanya satu hari menjadi dua sampai tiga hari (Septiyani, 2019).

Tiket konser idol K-Pop terbilang mahal. Untuk satu tiket saja harga yang dibandrol berkisar Rp 1 juta rupiah hingga Rp 3,5 juta rupiah (Ramadhani,

2022). Harga tersebut belum termasuk pajak hiburan sebesar 15% dari harga pembelian tiket (Wigati, 2022). Berbeda lagi jika tiket konser dibeli dari calo tiket yang akan memasang harga lebih tinggi dibandingkan harga resmi dari promotor. Namun tiket konser idol K-Pop selalu habis terjual dalam waktu yang cepat (Fibria, 2023).

Harga tiket konser K-Pop semakin hari semakin melonjak. Hal ini menjadi keluhan dari banyaknya penggemar karena kenaikan harga tiket konser tersebut. Meskipun harganya semakin mahal, tiket konser K-Pop tetap terjual habis hanya dalam hitungan detik atau menit saja. Hal ini menuai berbagai tanggapan, masyarakat awam mengartikan bahwa penggemar K-Pop adalah mereka yang memiliki banyak uang, namun para penggemar mengatakan bahwa hal itu dapat terjadi karena mereka memiliki waktu lebih lama untuk mengumpulkan uang yang nantinya akan mereka gunakan untuk membeli tiket konser. Mengingat konser K-Pop idola mereka juga hanya diadakan sekali atau dua kali dalam setahun (Fibria, 2023).

Pernyataan di atas diperkuat oleh hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan beberapa perwakilan penggemar yang bergabung dalam *fanbase* K-Pop tertentu. Berdasarkan wawancara yang dilakukan kepada 10 orang penggemar K-Pop yang pernah membeli tiket konser dan bergabung dalam *fanbase* K-Pop tertentu, 10 dari 10 orang penggemar menyatakan bahwa membeli tiket konser adalah bagian dari rencana yang telah mereka rencanakan beberapa bulan bahkan beberapa tahun sebelumnya. Rencana tersebut sudah mereka susun karena adanya informasi di dalam *fanbase* mengenai perkiraan waktu idola mereka menggelar konsernya. Rencana itu kemudian mereka realisasikan dengan cara menabung, ada yang menabung dari uang bulanan yang diberikan oleh orang tua dan ada yang menabung dari hasil kerja magang atau *full time*.

Selain telah membuat perencanaan pembelian tiket konser K-Pop idolanya, 9 dari 10 penggemar menyatakan bahwa mereka telah membuat pertimbangan terlebih dahulu sebelum memutuskan membeli tiket konser K-Pop idolanya. Bentuk-bentuk pertimbangan yang mereka lakukan ialah pertimbangan finansial, pertimbangan lokasi, pertimbangan apakah tiket yang mereka bayarkan akan sebanding dengan kenikmatan konser yang mereka dapatkan,

dan pertimbangan akomodasi. Hal-hal tersebut menunjukkan bahwa kebanyakan penggemar yang bergabung dalam *fanbase* K-Pop akan membuat perencanaan dan pertimbangan sebelum membentuk sebuah keputusan.

Sebagaimana yang telah disebutkan di atas bahwa penggemar yang bergabung dalam *fanbase* K-Pop tertentu akan memperoleh informasi mengenai kapan idolanya akan menggelar konsernya di Indonesia, sehingga mereka bisa membuat rencana untuk dapat membeli tiket konser K-Pop idolanya. Hal yang sebaliknya mungkin akan terjadi pada penggemar yang tidak bergabung dalam *fanbase*. Akibatnya, banyak dari mereka yang membeli tiket konser hanya karena ikut-ikutan dan tidak ingin ketinggalan tren menonton konser K-Pop saja. Hal ini dapat dilihat dari salah satu konser K-Pop yang diselenggarakan baru-baru ini, yaitu konser BlackPink. Pada konser tersebut banyak penggemar yang mengungkapkan keresahan mereka tidak dapat menikmati konser karena ulah penonton lain yang sibuk dengan ponselnya untuk merekam BlackPink sampai naik dan berdiri di atas kursi. Penggemar BlackPink menyebutkan bahwa penonton yang seperti itu bukanlah penggemar sejati BlackPink, melainkan mereka hanya menonton karena ikut-ikutan tren saja (Putri, 2023). Agar tidak menjadi individu yang ikut-ikutan tren dan lebih bijak untuk mengambil keputusan terhadap sesuatu yang akan dibeli, maka diperlukan adanya kontrol diri yang baik (Purwanti, 2021).

Kontrol diri didefinisikan sebagai kemampuan seseorang untuk mengendalikan, mengatur, serta mengontrol perilaku yang dimunculkan agar sesuai dengan lingkungan serta membantu membuat keputusan atau pertimbangan mengenai sesuatu (Arum & Khoirunnisa, 2021). Menurut Robert (dalam Ghufroon & Risnawita, 2010) individu yang memiliki kontrol diri yang tinggi akan mengamati bagaimana cara yang tepat untuk berperilaku saat dihadapkan dengan situasi yang bervariasi. Mereka cenderung akan menyesuaikan perilakunya sesuai dengan situasi yang ada.

Berdasarkan pemaparan di atas maka peneliti beranggapan bahwa fenomena membeli tiket konser K-Pop karena hanya ikut-ikutan tren dan tidak melakukan perencanaan berasal dari bergabung atau tidaknya seseorang dalam *fanbase* K-Pop tertentu. Fenomena tersebut melandasi peneliti untuk melakukan penelitian

terkait perbedaan kontrol diri wanita dewasa awal pembeli tiket konser K-Pop yang bergabung dengan *fanbase* tertentu dan tidak bergabung dengan *fanbase* tertentu.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang yang telah disampaikan, terdapat masalah yang dapat diidentifikasi:

- 1.2.1 Seperti apa gambaran kontrol diri pada wanita dewasa awal pembeli tiket konser yang bergabung dalam *fanbase* K-Pop?.
- 1.2.2 Seperti apa gambaran kontrol diri pada wanita dewasa awal pembeli tiket konser yang tidak bergabung dalam *fanbase* K-Pop?.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan, maka batasan masalah dalam penelitian ini adalah perbedaan kontrol diri wanita usia dewasa awal pembeli tiket konser yang bergabung dalam *fanbase* K-Pop dan yang tidak bergabung dalam *fanbase* K-Pop.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah terdapat perbedaan kontrol diri wanita usia dewasa awal pembeli tiket konser yang bergabung dalam *fanbase* K-Pop dan yang tidak bergabung dalam *fanbase* K-Pop?.

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perbedaan kontrol diri wanita usia dewasa awal pembeli tiket konser yang bergabung dalam *fanbase* K-Pop dan yang tidak bergabung dalam *fanbase* K-Pop.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Adanya penelitian ini diharapkan dapat memperkaya pengetahuan dan wawasan baru khususnya pada bidang Psikologi terkait perbedaan kontrol diri wanita dewasa awal pembeli tiket konser K-Pop yang bergabung dalam *fanbase* K-Pop dan tidak bergabung dalam *fanbase* K-Pop.

1.6.2 Manfaat Praktis

Adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi bacaan mengenai gambaran perbedaan kontrol diri wanita usia dewasa awal pembeli tiket konser yang bergabung dalam *fanbase* K-Pop dan yang tidak bergabung dalam *fanbase* K-Pop.

