

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pada era saat ini semakin mudah untuk mengenal budaya dari negara lain. Salah satu budaya yang berkembang *K-Pop* "Hallyu" (한류) atau budaya *pop* Korea yang menyebar pada negara Asia secara luas (Williams & Ho, 2014). Gelombang budaya Korea memiliki dampak yang sangat besar yang menyebabkan budaya tersebut masuk ke Indonesia, salah satunya adalah dibidang musik, yang sering disebut dengan musik *Korean pop* atau biasa dikenal dengan nama *K-pop*. *K-Pop* identik dengan sebuah *group* yang berisi laki-laki atau perempuan di bawah naungan sebuah agensi, seperti BTS, EXO, TWICE, SNSD, dan lain-lain. Daya tarik terbesar dari *K-Pop* yaitu irama musik yang kuat dan seorang idol itu sendiri. Hal ini didukung dengan survei yang dilakukan oleh blog. jakpat.net dimana sebanyak 37,45% menyukai musik dan 24,59% menyukai idolanya. Hal ini telah membuat musik *K-pop* sudah memiliki daya tarik internasional dan dampaknya telah memiliki banyak penggemar yang menjadikan penggemar memiliki kebiasaan seperti melihat, mendengar, membaca, tentang kehidupan idolanya. Perkembangan *K-Pop* sangat populer di kalangan perempuan. Hal ini didukung dengan data sebanyak 90% penggemar wanita dan 10% penggemar laki-laki (KOCIS, 2011).

Penggemar idol *K-Pop* berasal dari berbagai usia dari belasan hingga puluhan. Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh *Korean Culture and Information Service* (KOCIS) kepada penggemar *K-Pop* menyatakan bahwa, 49% partisipan berusia 20 tahunan, diikuti oleh 18% di usia 30 tahunan, 17% di usia 10 tahunan dan 8% di usia 40 tahunan (KOCIS, 2011: 27). Hal ini menunjukkan bahwa penggemar idol *K-Pop* didominasi oleh usia dewasa awal. Karena menurut Arnett (dalam Santrock, 2010) dewasa awal terjadi dari sekitar usia 18 sampai 25 tahun. Menurut Raviv dan McChutcheon (dalam Darfiyanti

& Putra, 2012) intensitas pengidolaan akan turun seiring dengan bertambahnya usia. Ada penelitian menyatakan bahwa perilaku pengidolaan seperti, pemujaan dan pengorbanan masih muncul pada usia dewasa awal (Darfiyanti & Putra, 2012).

Penggemar *K-Pop* memiliki komunitas sosial yang berhubungan dengan *K-Pop fandom*, didalam *fandom* penggemar dapat saling membagi foto, *video*, dan aktivitas idolanya. Penggemar yang tergabung didalam *fandom* memiliki tingkat *fanship* yang tinggi (Laff, 2020). Hasil penelitian Laff (2020) menunjukkan bahwa tingkat *fanship K-Pop* yang lebih tinggi signifikan memberikan hasil psikososial (kebahagiaan, harga diri, dan hubungan sosial). Kebahagiaan menjadi hal utama dari penggemar *K-Pop*, jika dibandingkan dengan harga diri. Penelitian tersebut penggemar *K-Pop* adalah hal utama dari peningkatan kebahagiaan salah satunya (Laff, 2020). Penggemar yang gemar untuk menonton atau serta mendengarkan karya idolanya, akan merasakan kepuasan diri sendiri dan menciptakan perasaan bahagia (Wulansari, 2020). Kebahagiaan yang dialami penggemar dapat dikaitkan dengan kesejahteraan. Hal tersebut dapat tergantung pada evaluasi positif, kepuasan hidup, dan afektif dari pengalaman individu atau yang biasa disebut dengan *subjective wellbeing*.

Subjective wellbeing menurut Diener (2000) merupakan evaluasi individu tentang kehidupannya, evaluasi yang dilakukan berdasarkan afektif dan kognitif. Individu yang mengalami akan merasakan kesenangan dan sedikit merasakan tidak menyenangkan. *Subjective wellbeing* dijelaskan dari empat hal yaitu tinggi afek positif, rendahnya afek negatif, kepuasan hidup secara global, dan kepuasan domain kehidupan (Diener, 2006). Kemudian menurut Pavot dan Diener (2004) menjelaskan bahwa *subjective wellbeing* mewakili evaluasi individu terhadap kehidupan diri sendiri, dan penilaian-penilaian tersebut dapat berdasarkan oleh respon kognitif (kepuasan hidup) dan emosional (afek positif dan negatif). Individu dikatakan memiliki *subjective wellbeing* yang tinggi adalah ketika individu tersebut merasa puas, bahagia, dari beberapa hal seperti, emosi, ekonomi, lingkungan, maupun dukungan sosial (Pavot dan Diener,

2004). Hal ini juga ditunjukkan oleh penelitian yang dilakukan oleh Diener (2000) mengatakan bahwa, individu yang memiliki *subjective wellbeing* yang tinggi berdampak pada kepuasan hidup dan perasaan bahagia, hal tersebut dapat meningkatkan keterampilan sosial, dan mencapai cita-cita bagi individu. *Subjective wellbeing* individu menjadi rendah, maka akan berdampak pada kecenderungan kehidupannya tidak bahagia, pikiran dan perasaannya dikuasai emosi negatif sehingga menimbulkan perasaan cemas, amarah, bahkan dapat berisiko mengalami depresi (Diener, Oishi, & Lucas, 2015). Diener (2000) dalam *subjective wellbeing* memiliki dua aspek yaitu kognitif dan afektif (positif dan negatif). Kemudian afek positif menunjukkan perasaan senang, bersyukur, sedangkan untuk afek negatif menunjukkan perasaan yang tidak menyenangkan, tidak nyaman dengan situasi, merasa ketakutan (Diener, Wirtz, Tov, Kim-Prieto, Choi, Oishi & Biswas-Diener, 2010).

Konsep kebahagiaan dan kepuasan hidup (*life satisfaction*) dalam *subjective wellbeing* terdapat prinsip menyenangkan, hal ini 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 (Eid & Diener, 2004). 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 yang *subjective wellbeing* 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). Contohnya, para penggemar sangat mendalami tentang selebriti favoritnya, tetapi selebriti tersebut tidak mengenal sama sekali tentang penggemarnya, hal ini akan membentuk *celebrity worship*.

Celebrity worship adalah sebuah hubungan *parasocial* antara penggemar dan selebriti yang didorong oleh rasa dekat atau keintiman dan kecanduan yang dapat berpotensi memiliki gejala klinis (Maltaby 2003). Definisi lainnya *celebrity worship* merupakan bentuk hubungan satu arah pada seseorang dengan idolanya. Hal tersebut terjadi karena individu menjadi terobsesi dengan selebriti dan memiliki kebiasaan yang selalu diikuti seperti melihat, mendengar, membaca dan berputar tentang kehidupan orang yang menciptakan kepribadian, identitas, obsesi, asosiasi yang memenuhi kesesuaian (Maltaby, Giles, Barber & Mccutcheon, 2005). Maltaby *et all* (2004) menyimpulkan bahwa *celebrity worship* dapat dihubungkan dengan kesehatan mental kurang baik, seperti (depresi, kecemasan, gejala somatik) dan stress yang disebabkan pengaruh negatif dan kepuasan hidup rendah. Semakin tinggi individu mengidolakan idolanya, maka akan semakin tinggi dalam keterlibatan dengan idolanya dan semakin tinggi tingkat keintiman (*intimacy*) yang diimajinasikan penggemar terhadap idolanya (Maltby, Houran, Lange, Ashe, & McCutcheon., 2002).

Terdapat tiga aspek dalam *celebrity worship* yaitu *entertainment-social*, *intense-personal*, *borderline-pathological*. Kemudian, *celebrity worship* juga mempunyai dampak seperti fenomena berdasarkan Haynes dan Rich (2002) ada seorang gadis yang berusia 16 tahun, dia menceritakan tentang obsesi-nya kepada seorang musisi dan mengeluarkan reaksi seperti mandi air panas, menyakiti dirinya sendiri (leher, lengan, kaki) ketika mendengar bahwa musisi yang dia gemari akan bertunangan.

Celebrity worship ini dapat ditemukan di kalangan penggemar idola *K-Pop*, fanatiknya penggemar idola *K-Pop* dapat melakukan hal apapun termasuk mengetahui aktifitas idolanya. Penggemar rela mengorbankan waktu untuk mengikuti mencari informasi idolanya, memperbarui berita, menonton *music video*, dan sampai menonton acara *variety show* dari idolanya. Kegiatan tersebut didukung oleh penelitian Efathania (2019) dengan partisipan 328 orang, penggemar idol K-pop mencari informasi idol (42.1%), *update* yang berkaitan dengan idol (28.7%), *streaming video* (11.3%), memberikan

dukungan (11.3%), dan mendengarkan lagu (14%). Semakin tinggi tingkat pemujaan individu, maka tingkat keterlibatan dengan idola juga semakin tinggi (Darfiyanti & Putra, 2012). Tidak jarang penggemar berteriak-teriak ketika melihat sang idola secara langsung maupun melalui media, bahkan terkadang akan ikut menangis ketika idolanya mengalami masalah.

Perilaku penggemar idol *K-pop* dalam mengekspresikan rasa sayang dan cintanya kerap dianggap berlebihan dan dinilai terlalu obsesif sehingga, hal tersebut dapat berdampak pada beberapa masalah kesehatan mental, seperti gejala depresi dan kecemasan (McCutcheon, 2002). Kemudian, terdapat kasus penggemar idol *K-Pop* yang melakukan bunuh diri, karena mengalami depresi yang diakibatkan oleh ayahnya yang melontarkan kata-kata kasar karena membenci sikapnya yang sangat mengagumi *K-Pop* (Zona Jakarta, 2020). Berdasarkan hal di atas, sejalan dengan jurnal penelitian Maltaby *et al*., (2001) mengatakan bahwa aspek *entertainment social* memiliki dampak pada gejala-gejala depresi dan aspek *intense personal* memiliki dampak pada kecemasan serta gejala depresi di tingkat lebih rendah. Penelitian yang dilakukan oleh Maltaby, Houran, Mccutcheon (2003) mengatakan bahwa, *celebrity worship* berhubungan positif dengan *neuroticism*. Dua kasus tersebut dapat didukung dengan hasil data *preliminary* sebagai berikut:

“Jadi perasaan kayak dekat gitu sangking ngefansnya. Jadi waktu itu, waktu ada member keluar 3 orang tuh baper, nangis cuy. Apalagi yang terakhir ini chen, ada broken heart juga, gregetan, terus kadang kayak ngerasa sedih, nangis sih. Dampaknya itu biasanya ke males sih kayak melakukan segala kegiatan itu kayak ga mood gitu loh. Penilaianku kayak kurang baik, berita sedih membawa dampak negatif, ngerasa kurang bahagia soale ngaruh gitu berita idol”

(S, 21 Tahun)

“Dulu denger idol bunuh diri itu kayak bertanya2 tapi setelah tau penyebab e aku jadi sedih pas baca berita itu. terus rasa e pas ada yg ngehujat biasku rasa e mau marah gitu. Dampaknya ada kayak kepikiran terus gitu yg paling buat aku kepikiran itu idol yg meninggal, jadi gk mood ngapain2 gara2 kepikiran terus kayak fokusnya itu ke idol ituu. Jadi menurutku penilaianku tuh kayak kurang sejahtera gitu, soalnya banyak sedihnya karena mikirin gitu gara2 idol ku tuh banyak yg ngehujat jadi sedih gitu liat idolku”

(A, 21 Tahun)

Berdasarkan wawancara di atas, partisipan S memiliki ciri cenderung *subjective wellbeing* rendah dikarenakan S menilai kurang baik terhadap dirinya sendiri karena membawa dampak negatif dan merasa kurang bahagia akan berita idolnya yang mengakibatkan perasaan sedih, menangisi idolanya dan berdampak pada aktivitasnya. Dan partisipan A menilai dirinya kurang sejahtera karena cenderung sedih karena memikirkan idolanya. Hal ini didukung oleh penelitian Prihatiningrum (2018) yang mengatakan bahwa terdapat kecenderungan individu mengidolakan idolanya maka berdampak pada rendahnya tingkat *subjective wellbeing*. Dan juga oleh penelitian Maltby, Day, McCutcheon, Gillet, Houran, dan Ashe (2004) ketika muncul *celebrity worship* pada penggemar ada berhubungan secara positif dan dapat dihubungkan dengan kesehatan mental kurang baik, seperti (depresi, kecemasan, gejala somatik) dan *stress* yang disebabkan pengaruh negatif dan kepuasan hidup rendah.

Celebrity worship bukan hal yang baik untuk individu. Menurut Maltby (2003) sebuah hubungan *parasocial* antara penggemar dan selebriti yang disebabkan oleh perasaan keintiman dan kecanduan yang berpotensi memiliki gejala klinis. Hal ini dapat memberi pengaruh negatif seperti, *stress*, positif yang rendah dan kepuasan hidup menurun (Day, McCutcheon, Gillet, Houran, dan Ashe, 2004). Kecenderungan *celebrity worship* ini dapat berdampak pada kondisi kepuasan dan kebahagiaan didalam kehidupan yang berada di tingkat rendah (Prihatiningrum, 2018). Hal ini juga

didukung penelitian Prihatiningrum (2018) yang menyatakan bahwa, semakin tinggi kecenderungan *celebrity worship* maka semakin rendah kondisi kebahagiaan dan kepuasan hidupnya (*subjective wellbeing*) dan sebaliknya semakin rendah kecenderungan *celebrity worship* maka akan tinggi kondisi kebahagiaan dan kepuasan hidupnya (*subjective well being*).

Kegiatan yang dilakukan oleh penggemar *K-Pop* seperti, mencari informasi idol, *update* yang berkaitan dengan idolanya, *streaming video*, memberikan dukungan, dan mendengarkan lagu (Efathania, 2019), yang seharusnya kegiatan tersebut menjadikan penggemar *K-Pop* sebagai hal utama kebahagiaan (Laff, 2020), hal tersebut, termasuk didalam aspek afektif positif *subjective wellbeing*. Namun, senyatanya masih terdapat fenomena dari data *preliminary* bahwa penggemar idol *K-Pop* mengalami *subjective wellbeing* rendah akibat berita- berita terkait idolanya. Berdampak pada kesehatan mental kurang baik, seperti (depresi, kecemasan, gejala somatik) dan stress yang disebabkan pengaruh negatif dan kepuasan hidup rendah. (Maltby, Day, McCutcheon, Gillet, Houran, dan Ashe, 2004). Berdasarkan pemaparan tersebut, peneliti ingin mengkaji lebih dalam terkait hubungan *celebrity worship* dengan *subjective wellbeing* pada penggemar idol *K-Pop*.

1.2. Batasan Masalah

Beberapa batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dimana variabel penelitian ini *celebrity worship* dan *subjective wellbeing*. Variabel tergantung yaitu *subjective wellbeing*. *Subjective wellbeing* adalah menekankan pengalaman emosional yang menyenangkan. Ini bisa berarti bahwa individu tersebut mengalami sebagian besar emosi yang menyenangkan selama periode kehidupannya atau bahwa individu tersebut cenderung mengalami emosi tersebut, baik sedang mengalaminya atau tidak. Aspek-aspeknya adalah *life satisfaction*, afektif positif dan negatif. Dan variabel bebas

yaitu *celebrity worship*. *Celebrity worship* adalah sebuah hubungan parasocial antara penggemar dan selebriti yang didorong oleh keintiman dan adiksi yang berpotensi memiliki gejala klinis. Aspek-aspeknya adalah *entertainment-social*, *intense-personal*, *borderline-pathological*.

2. Partisipan dalam penelitian ini adalah penggemar idol *K-pop* berdasarkan wawancara peneliti dan berusia dewasa awal.
3. Penelitian ini berfokus untuk menguji hubungan antara *celebrity worship* dengan *subjective wellbeing* pada penggemar idol *K-Pop*

1.3. Rumusan Masalah

Apakah ada hubungan antara *celebrity worship* dengan *subjective wellbeing* pada penggemar idol *K-Pop*?

1.4. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *celebrity worship* dengan *subjective wellbeing* pada penggemar idol *K-Pop*.

1.5. Manfaat Penelitian

1.5.1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini sebagai sumbangan pengetahuan dibidang psikologi, terutama bidang psikologi positif terkait *celebrity worship* dengan *subjective wellbeing* pada penggemar idol *K-pop*.

1.5.2. Manfaat Praktis

1. Bagi peneliti selanjutnya
Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi sekaligus sumbangan informasi, menambah data, mengembangkan serta memperdalam hasil untuk penelitian selanjutnya mengenai *celebrity worship* dengan *subjective wellbeing* pada penggemar idol *K-pop*.

2. Bagi pembaca (orang tua)
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan pengetahuan baru bagi orang tua. Selain itu, untuk memberikan gambaran terkait hubungan *celebrity worship* dan *subjective wellbeing* pada penggemar idol *K-Pop*.
3. Bagi *fanbase*
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi *fanbase* terkait hubungan *celebrity worship* dengan *subjective wellbeing*. Sehingga, dapat memberikan informasi pada penggemar agar tidak berlebihan menyukai idola.
4. Bagi partisipan
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan pengetahuan baru bagi penggemar idol *K-pop* terkait hubungan *celebrity worship* dengan *subjective wellbeing*, sehingga para penggemar tidak berlebihan dalam mengidolakan seseorang dan dapat meningkatkan *subjective wellbeing*.