

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Musik pop Korea atau yang lebih dikenal dengan K-Pop adalah genre musik yang populer. K-Pop tidak hanya menyuguhkan musik dan lagu dengan tampilan yang menarik, tetapi juga sistem industri musik yang matang. Promosi yang dilakukan dikemas secara lengkap, mulai dari pembuatan album, tanggal konser dunia, *merchandise*, hingga konten-konten yang dipublikasi selama masa promosi lagu (Liu, 2023). Sejak *Korean wave* mendunia, penyanyi K-pop ikut mendunia baik di Korea maupun di luar Korea, khususnya grup pria atau *boy group* (Sun-hwa, 2020). Meskipun dalam empat generasi grup perempuan lebih banyak dibandingkan grup pria (Tionardus, 2022), kepopuleran grup pria tetap lebih mendominasi dilihat dari penjualan album fisik, penggemar, dan penjualan tiket konser dunia (Sun-hwa, 2020).

Saat ini, grup dengan penggemar terbanyak dipimpin oleh BTS dengan 74,4 juta *followers* instagram (Swaroop, 2023). Diikuti oleh sembilan grup lainnya yakni BlackPink (57,8 juta *followers*), Twice (29,6 juta *followers*), Stray Kids (28,8 juta *followers*), Itzy (20,1 juta *followers*), NCT (17,2 juta *followers*), Tomorrow x Together (15,7 juta *followers*), Enhypen (15,6 juta *followers*), Seventeen (14,4 juta *followers*), dan RedVelvet (12,2 juta *followers*) (Swaroop, 2023). Meskipun pengikut beberapa grup wanita masih lebih tinggi dibandingkan grup pria, popularitas grup pria masih tetap mendominasi. Hal ini dapat dilihat melalui *streaming platform* dan penjualan album fisik terbanyak yang hingga saat ini yang masih dipimpin oleh Seventeen, Stray Kids, Tomorrow x Together, NCT Dream, dan Enhypen (Purvashti, 2023).

Lagu yang mudah didengar, kemampuan *vocal* setiap anggota, gerakan tarian, dan visual dari anggota *boy group* membuat penggemar K-Pop terus bertambah seiring waktu (Hyun-su, 2018). Menurut data Spotify tahun 2024, lima *boy group* teratas dengan pendengar bulanan terbanyak di dunia adalah BTS (30,3 juta pendengar), Tomorrow x Together (9,5 juta pendengar), Enhypen (9,3 juta pendengar), Stray Kids (8,8 juta pendengar), dan Seventeen (6,9 juta pendengar).

Indonesia terkhususnya Jakarta menempati posisi pertama dengan pendengar bulanan terbanyak dari kelima *boy group* tersebut. Pada group BTS, pendengar bulanan di Jakarta mencapai 781,747 *listener*. Pada group Enhypen, pendengar bulanan di Jakarta mencapai 378, 397 *listener*. Kemudian pada group Seventeen sebanyak 321, 837 *listener*, Tomorrow x Together 243,387 *listener*, dan Stray Kids sebanyak 210, 304 *listener*.

Mengidolakan seorang selebriti identik dengan tahap perkembangan remaja, namun kenyataannya saat ini masih banyak perempuan dewasa muda yang mengidolakan selebriti seusia mereka (Yugiputri & Halim, 2022), hal ini didukung oleh penelitian McCutcheon (2002) yang menyatakan celebrity worship menjadi fenomena perilaku signifikan yang mengendalikan kehidupan sebagian orang dewasa.

Pada masa remaja, Erickson memaparkan bahwa saat pembentukan identitas diri, mereka lebih banyak dipengaruhi oleh tokoh idola atau *role model* yang mereka kagumi (Sebagaimana dikutip dalam Kusuma, 2022). Hal ini disebabkan pada masa tersebut, remaja sedang menghadapi krisis identitas (*identity*) versus identitas peran (*identity confusion*) yakni tahapan kelima dalam teori perkembangan Erickson (Feist & Feist, 2018). Remaja yang pada tahapan *identity versus identity confusion* dilewati dengan baik, akan mempunyai kesejahteraan emosional dan psikologis yang lebih baik. Selain itu, individu yang melewati tahapan ini dengan baik akan cenderung mempunyai hubungan yang baik pula dengan teman sebayanya (Cherry, 2023).

Pada seorang individu dewasa yang masih mengidolakan selebriti dapat juga dijelaskan dengan tahap perkembangan Erikson. Dalam tahap perkembangan Erickson, tahap perkembangan dewasa muda menghadapi krisis keintiman (*intimacy*) versus isolasi (*isolation*) (Feist & Feist, 2018). Tahapan *intimacy versus isolation* yang baik akan membentuk hubungan yang sehat dengan pasangan maupun teman dan anggota keluarga (Cherry, 2023). Saat dewasa muda kesulitan untuk memenuhi tahap perkembangannya, media dan selebriti membantu mereka membangun *intimacy* dengan selebriti favoritnya. Maka dari itu ketika seseorang mengalami kesulitan dalam menciptakan suatu hubungan bersama orang lain di sekitarnya, mereka berpotensi akan mencari *intimacy* melalui selebriti favoritnya

agar tidak merasa terisolasi, meskipun *intimacy* yang mereka bangun bukanlah *intimacy* yang sesungguhnya (Yugiputri & Halim, 2022).

Sebagai seorang penggemar, upaya yang dapat dilakukan untuk lebih dekat dengan idolanya adalah dengan melakukan aktivitas *seeking information*, yaitu mencari informasi-informasi mengenai sang idola di media sosial agar mengetahui hal apa yang sedang idola mereka lakukan (Dewi & Indrawati, 2019). Adapun upaya seperti menabung untuk membeli *merchandise* yang berhubungan dengan sang idola hal tersebut juga dikategorikan dalam bentuk dukungan terhadap sang idola (Pertwi, 2013). Begitupun dengan menghadiri konser dunia atau *world tour* yang dilakukan oleh idola favorit mereka. Perasaan bahagia ketika berjumpa langsung dengan idola favoritnya membuat penggemar merasa bahwa mereka mempunyai kedekatan dengan sang idola (Roro et al., 2020).

Mengikuti idola di sosial media, mendengarkan musik idola melalui *platform streaming*, membeli album fisik, dan menghadiri konser merupakan beberapa bentuk aktivitas *celebrity worship*. *Celebrity worship* merupakan peningkatan rasa kagum seseorang terhadap selebriti atau orang terkenal, yang terkadang diwujudkan dalam ketertarikan berlebihan terhadap kehidupan selebriti tersebut (McCutcheon et al., 2021). Bahkan terdapat individu yang membangun hubungan khayalan dengan sang idola, sampai melakukan hal-hal tertentu demi idolanya, dan mencontoh segala hal yang berhubungan dengan idola favorit mereka (Aufa et al., 2019).

Terdapat tiga tahapan dalam *celebrity worship* yakni *entertainment social*, *intense personal feeling*, dan *borderline pathological tendency* (Maltby et al., 2005). Peneliti melakukan wawancara kepada empat subjek yang mempunyai tahapan berbeda dalam mengidolakan *boy group* K-Pop. Hasil wawancara peneliti kepada subjek K yang merupakan penggemar *boy group* Enhypen, ia menyatakan bahwa dirinya senang ketika mendapatkan informasi *life update* seperti pesan singkat atau pesan suara dari idolanya. Terkadang sang idola juga menyertakan beberapa foto mereka saat mengirimkan pesan-pesan tersebut, sehingga K merasa bahwa mereka memberikan kabar kepada dirinya. Dalam tahapan pengidolaan menurut Maltby et al. (2003) pengidolaan yang dilakukan oleh K berada pada tahap terendah *celebrity worship* yakni *entertainment social*.

Wawancara peneliti dengan subjek A dan S mendapatkan hasil yang berbeda. Keduanya menyatakan pengidolaan yang mereka lakukan tidak hanya sebatas mencari informasi mengenai idola favorit mereka. A dan S kerap merasakan kesedihan, kesulitan, dan kebahagiaan yang idola mereka rasakan. Sebagai contoh, apabila A dan S melihat idolanya membicarakan bagaimana mereka berusaha hingga mendapatkan penghargaan, keduanya akan ikut merasa terharu dan bahagia. Dalam tahapan CW menurut Maltby et al. (2003), pengidolaan yang dilakukan oleh A dan S berada pada tahap *intense personal feeling*. Sedangkan pada hasil wawancara dengan subjek terakhir, peneliti mendapatkan jawaban bahwa subjek SH berada pada tingkatan *borderline-pathological tendency*. Hal ini didukung oleh pernyataan subjek yang menyatakan akan melakukan apapun untuk dapat bertemu idolanya. Penggemar tidak hanya memberikan waktu, tetapi juga mengeluarkan banyak biaya dan tenaga untuk idolanya (Cahyani et al., 2022).

- Raviv et al., Cheung dan Yue, dan Huh (Sebagaimana dikutip dalam Brooks, 2021) mendapatkan bahwa celebrity worship lebih banyak terjadi pada kalangan perempuan dibandingkan laki-laki. Hal tersebut selaras dengan temuan Maltby et al., (2006) bahwa jenis kelamin menjadi salah satu faktor lain yang memengaruhi *celebrity worship*. Perempuan mengagumi jenis selebriti seperti aktor atau penyanyi karena aspek emosional, seperti penampilan fisiknya atau karisma. Sementara laki-laki lebih mengidolakan atlet atau tokoh politik yang cenderung berdasarkan kekuatan fisik atau prestasi. Secara khusus, perempuan lebih cenderung memilih orang lawan jenis sebagai selebriti favoritnya (Zsila et al., 2021).

Perempuan dalam fandom K-pop dianggap unik karena aktivitas yang mereka lakukan sangat totalitas, baik secara online maupun offline. Mereka tidak hanya mendengarkan musik K-pop dan membeli album K-pop, tetapi juga rela bepergian ke luar negeri untuk menghadiri konser K-pop, menerjemahkan video konten idola mereka secara sukarela, memposting video reaksi terhadap video musik K-pop yang baru dirilis, dan bahkan mendapatkan tato dengan gambar idola K-pop mereka (Maulina et al., 2024). Stigmatisasi mengenai apa yang fandom perempuan ini lakukan menyebabkan mereka dicap sebagai individu yang berlebihan, terobsesi, emosional, tidak rasional.

Engle & Kasser (2005) dalam penelitiannya mendapatkan bahwa perempuan cenderung mengidolakan selebriti pria ketika mereka belum mempunyai banyak pengalaman dalam suatu hubungan romantis, maka selebriti pria yang mereka gemari tersebut terlihat seperti memiliki model keterikatan positif terhadap laki-laki seusia mereka. Dengan demikian, pengidolaan yang dilakukan terhadap selebriti dapat dipahami sebagai keinginan perempuan muda untuk mencari romansa dalam suatu hubungan dengan cara yang didorong oleh budaya komersial tempat mereka terpapar. Sehingga beberapa penelitian menunjukkan bahwa perempuan umumnya cenderung terlibat dalam bentuk *celebrity worship* yang lebih intens (A. Salsabila & Eva, 2024), hal tersebut dikarenakan *actor* atau penyanyi yang mereka idolakan menjadi sumber rasa aman dan nyaman, maka saat itulah keterikatan hubungan tercipta antara individu dengan sang idola (Stever, 2011). Oleh sebab itu, dalam konteks ini, *celebrity worship* berfungsi sebagai sarana pemuas kebutuhan emosional dan sosial pada perempuan.

Apabila dilakukan secara berlebihan, *celebrity worship* akan berdampak buruk bagi kesehatan psikologis seperti *anxiety* dan depresi (Vinney, 2023). Tidak hanya kesehatan psikologis, *celebrity worship* juga akan berdampak pada bagaimana individu memandang kebahagiaan hanya sebatas uang, kecantikan, dan popularitas (Sebagaimana dikutip dalam Ayu & Astiti, 2020). Adapun Bella (2023) menyatakan *celebrity worship* dapat merusak hubungan individu dengan sesamanya, permasalahan keuangan, dan mengganggu aktivitas-aktivitas keseharian seseorang. Dampak lainnya adalah seseorang dengan tingkat *celebrity worship* yang tinggi cenderung mempunyai tingkatan *self esteem* dan *well being* yang lebih rendah (Zsila et al. (2021).

Keempat subjek menyatakan alasan mereka melakukan *celebrity worship* diawali dengan perasaan kesepian yang mereka alami. K yang saat ini sudah bekerja dan merasa tidak punya seseorang yang dapat diajak untuk berbagi cerita tentang kesehariannya, memilih untuk terjun ke sosial media untuk bercengkrama dengan idolanya apabila ia sedang mempunyai waktu luang. Interaksi yang keduanya lakukan terasa sebagai pelampiasan kesepian dan kelelahan yang dirasakan K. Begitu juga dengan A, S, dan SH yang merupakan seorang mahasiswa, merasa bahwa orang-orang disekitarnya sering tidak memahami diri mereka, sehingga

memilih untuk menghabiskan waktu untuk melakukan *celebrity worship* karena merasa sang idola mengerti dan memahami kondisi dan situasi yang sedang mereka alami. Hal tersebut selaras dengan temuan Aufa et al. (2019) dalam penelitiannya bahwa *loneliness* menjadi salah satu faktor yang memengaruhi *celebrity worship*.

Loneliness merupakan pengalaman tidak menyenangkan yang disebabkan oleh ketidakpuasan suatu hubungan dengan orang lain (Russell et al., 1984). *Loneliness* dapat terjadi pada siapa saja, termasuk individu dewasa muda. Survei oleh Health Collaborative Center pada tahun 2023 menyatakan bahwa sekitar 44% warga Jabodetabek mengalami tingkat kesepian sedang, sedangkan 6% lainnya mengalami tingkat kesepian tinggi (Jati, 2023). Hasil dari survey ini juga menyatakan bahwa 51% warga Jabodetabek yang berusia di bawah 40 tahun juga mengalami kesepian tingkat sedang dan berpotensi mengalami kesepian 1,5 kali lebih banyak. Adapun apabila dilihat dari perspektif gender, sebanyak 52% warga Jabodetabek yang merasakan kesepian adalah perempuan, dimana perempuan dua kali lebih mungkin mengalami kesepian dibandingkan laki-laki (Jati, 2023). Penelitian dengan hasil yang sama dilakukan oleh Sun et al. (2021) dan Al Khatib (2012) menyatakan bahwa perempuan cenderung merasakan kesepian daripada laki-laki. Hal ini disebabkan karena perempuan cenderung lebih sensitif secara interpersonal dan ekspresif secara emosional dibandingkan laki-laki (Borys & Perlman, 1985).

Salah satu dari banyaknya sumber *loneliness* adalah kurangnya hubungan sosial yang dibangun oleh individu dengan orang lain, individu kerap kali tidak termotivasi untuk tetap terhubung dengan orang lain untuk membangun suatu koneksi (Salsabil, 2022). Oleh karena itu, ketika individu terisolasi secara sosial, mereka beralih pada sarana penghubung lain seperti televisi (Sebagaimana dikutip dalam Salsabil, 2022). Selaras dengan pernyataan tersebut, Salsabila (2024) juga menyatakan individu dengan *loneliness* yang tinggi merasa orang disekitarnya tidak memahami mereka, sehingga mereka lebih banyak menghabiskan waktu dengan melakukan kegiatan yang disukainya seperti mencari info terbaru mengenai idolanya di media sosial. Kegiatan ini mereka lakukan karena memberikan rasa nyaman dan dukungan secara emosional ketika keseharian penggemar terasa sulit dan membutuhkan pelarian (Duszynski-Goodman, 2023). Penggemar percaya,

dengan mempunyai hubungan romantic dengan idola favorit mereka akan membantu mengatasi kesepian atau kekosongan yang mereka hadapi. Hal ini sejalan dengan pernyataan Ashe & McCutcheon (2001) mengenai model absorption-addiction, dimana individu melakukan absorption (penyerapan) untuk memenuhi sense of fulfilment mereka.

Kesepian dapat memengaruhi berbagai aspek kehidupan, termasuk kesehatan mental dan fisik, seperti peningkatan tekanan darah, stres, dan risiko penyakit kardiovaskular (Ren, et al., 2023). Adapun Kesepian juga dilaporkan memiliki dampak negatif pada kesehatan mental, seperti peningkatan gejala depresi dan kecemasan, ketidakteraturan tidur, dan penurunan kognitif. Selain itu, *Australian Institute of Health and Welfare* juga menyebutkan bahwa kesepian berkaitan dengan tekanan emosional, bunuh diri, demensia, kematian dini dan perilaku kesehatan yang buruk, seperti kurang aktivitas fisik, merokok, dan kurang tidur (Australian Government, 2025).

Penelitian mengenai *loneliness* dengan *celebrity worship* sudah banyak dilakukan. Beberapa penelitian yang ditemukan adalah penelitian oleh Krismana et al. (2023) kepada penggemar kpop dewasa awal mendapatkan hasil bahwa *loneliness* berpengaruh terhadap *celebrity worship*. Hal tersebut menunjukkan bahwa ikatan yang tercipta antara penggemar dan sang idola dianggap sebagai kompensasi atas perasaan kesepian yang terjadi akibat kurangnya hubungan mendalam antara individu dengan lingkungan sosialnya, sehingga mereka akan terus terhubung dengan sang idola yang membantu mereka untuk mengatasi perasaan kesepian yang mereka rasakan. Begitupun dengan penelitian Aufa et al. (2019) pada remaja, Ayu (2019) pada mahasiswa penggemar K-pop, Nurhanisyah (2020) kepada penggemar K-pop di Jabodetabek, Rhomadhani (2022) kepada individu dewasa awal, dan Indryawati (2025) kepada penggemar boygroup Stray Kids juga mendapatkan hasil yang sama yakni terdapat pengaruh kesepian terhadap *celebrity worship*.

Berdasarkan pemaparan di atas, dijelaskan bahwa kesepian berpengaruh terhadap *celebrity worship*. Pada penelitian ini, peneliti memilih perempuan sebagai subjek. Hal ini dikarenakan perempuan sering kali lebih menunjukkan keterikatan emosional yang lebih kuat dalam fandom, terutama dalam budaya pop

seperti K-pop, K-drama, atau artis Hollywood. Perempuan cenderung mengagumi selebriti dengan cara yang lebih intim dan mendalam, yang sering kali melibatkan imajinasi tentang hubungan pribadi dengan idola mereka. Adapun peneliti memilih perempuan sebagai subjek disebabkan oleh perempuan yang kesulitan untuk memenuhi tahap perkembangannya. Mereka terbantu oleh media dan selebriti dalam menemukan *role model* dan membangun *intimacy* dengan selebriti favoritnya. Adapun alasan lain peneliti memilih perempuan sebagai subyek, yakni bahwa perempuan cenderung merasakan kesepian sebagaimana pernyataan Aviva (2023), Sun et al. (2021), dan Al Khatib (2012). Kemudian, didukung pula dengan aspek yang dikemukakan oleh Maltby et al., (2006) dimana perempuan lebih cenderung mengidolakan selebriti daripada laki-laki. Adapun dinyatakan bahwa untuk data demografi, penggemar K-Pop di Indonesia didominasi sebanyak 92,1% oleh perempuan (Sebagaimana dikutip dalam Almaida et al., 2021). Meskipun penelitian yang menggunakan variabel *loneliness* dan *celebrity worship* sudah ada, sampai saat ini belum ada yang meneliti pada subjek perempuan yang merupakan penggemar boy group K-Pop. Penelitian sebelumnya lebih banyak dilakukan pada remaja, dewasa awal, dan penggemar K-pop secara umum.

1.2 Rumusan Masalah

Permasalahan yang berusaha dijawab pada penelitian ini berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan adalah apakah *loneliness* memengaruhi *celebrity worship* pada perempuan penggemar boy group K-Pop.

1.3 Tujuan Penelitian

Disusunnya penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *loneliness* terhadap *celebrity worship* pada perempuan penggemar *boy group* K-Pop.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberi perkembangan pengetahuan mengenai pengaruh *loneliness* terhadap *celebrity worship* pada perempuan penggemar K-pop. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi sumber informasi pada bidang Psikologi Sosial sebagai kajian literatur penelitian selanjutnya.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberi informasi dan edukasi bagi perempuan penggemar *boy group* Kpop untuk menggemari boy group Kpop dalam batasan yang wajar dan mampu memperbaiki serta meningkatkan relasi positif dengan orang-orang maupun kerabat yang berada disekitar individu. Selain itu, diharapkan perempuan pengemgar *boy group* Kpop lebih dapat memahami dirinya sendiri agar mampu mengatasi kesepian yang dirasakan dengan hal yang positif.