

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Saat ini, K-Pop sudah menjadi salah satu hal yang paling diminati oleh banyak orang, terutama di Indonesia. Indonesia menjadi peringkat ketiga dengan penggemar K-Pop terbanyak dari total keseluruhan 73,12 juta individu yang menyukai K-Pop di dunia berdasarkan survei yang dijalankan oleh *The Fandom for Idols* (Nararya, 2019). Dari segi usia, survei Kumparan pada 100 partisipan penggemar K-Pop mendapatkan hasil bahwa mayoritas penggemar K-Pop berusia remaja, dengan persentase sebanyak 57% di usia 12 sampai dengan 20 tahun, dan 42% pada usia 21 sampai dengan 30 tahun (Nuraini et al., 2017). Data lain juga menyatakan bahwa mayoritas penggemar K-Pop berusia 20-25 tahun dengan total 40,7% (Triadanti, 2019). Dari data-data tersebut, dapat dilihat bahwa *emerging adulthood* menjadi salah satu rentang usia yang banyak menjadi penggemar K-Pop. Selain itu, pada tahun 2022 Indonesia menjadi salah satu dalam 10 peringkat tertinggi terkait negara yang melakukan kegiatan impor album K-Pop (Nurrahmah, 2023).

Para penggemar K-Pop tidak hanya menikmati karya-karya idolanya melalui pembelian album. Mereka juga dapat memunculkan rasa ketertarikan terkait hal-hal atraktif dan menonjol dari para selebriti yang menyebabkan rasa keingintahuan mereka menjadi mendalam pada para selebriti yang mereka idolakan, sampai pada informasi pribadi dari selebriti tersebut (Gumelar et al., 2021). Para penggemar dapat memiliki perasaan bahwa mereka sangat mengetahui dan mengenali, serta memiliki perasaan memiliki hubungan yang nyata dengan idola mereka hanya melalui informasi-informasi yang didapat dari internet, seperti hal-hal pribadi, latar belakang, kesukaan, kepribadian yang dimiliki, sampai pada orang yang memiliki hubungan dengan idola mereka (Horton & Wohl, sebagaimana dikutip dalam Shofa, 2017).

Pada kehidupan sehari-hari terdapat contoh para penggemar yang mencari tahu segala informasi yang dimiliki oleh idolanya, yaitu seperti adanya penggemar yang mencari tahu terkait nomor telepon yang dimiliki oleh selebriti idola mereka.

Hal tersebut secara nyata terjadi beberapa anggota *boy group seventeen*. Mereka mendapat telepon berkali-kali dari nomor yang tidak dikenal saat melakukan siaran langsung dan membuat mereka terganggu. Hal tersebut diketahui dilakukan oleh para penggemar yang memiliki tingkat obsesi tinggi pada selebriti idola mereka, atau yang sering disebut *sasaeng* (Dash, 2023).

Aktivitas yang dilakukan para penggemar untuk mengetahui segala hal terkait idola mereka dan menjadikan mereka memiliki perasaan kedekatan sepihak tersebut, dan dapat memunculkan hubungan para sosial. Hubungan para sosial tersebut dapat memunculkan perilaku *celebrity worship*. *Celebrity worship* didefinisikan oleh Maltby et al., (sebagaimana dikutip dalam Laksmi, 2019), sebagai perilaku obsesi yang muncul dari suatu individu agar selalu menyertakan diri pada kehidupan selebriti yang disukai dan dapat memengaruhi kehidupan individu tersebut. Perilaku-perilaku tersebut dicontohkan seperti mencari informasi selebriti hanya sekedar untuk sarana hiburan dan sumber interaksi dengan orang lain, sampai pada rela melakukan apa pun untuk selebriti idolanya. Menurut McCutcheon et al., (sebagaimana dikutip dalam Brooks, 2018), mengatakan bahwa *celebrity worship* memiliki 3 dimensi, yaitu *entertainment-social dimension*, *intense-personal dimension*, serta *borderline-pathological dimension*,

Perilaku *celebrity worship* juga dapat membuat individu mengembangkan kemampuan sosial mereka (Nata et al., 2022). Para penggemar dapat bergabung pada perkumpulan dengan idola yang sama dan menambah teman di dalam komunitas tersebut untuk berbagi cerita terkait hal-hal yang berhubungan dengan selebriti yang mereka sukai (Nasution, 2018). Selain itu, perilaku *celebrity worship* juga dapat menjadi salah satu inspirasi bagi para penggemar dalam menerapkan hal-hal positif di kehidupan sehari-hari seperti yang dilakukan oleh idola mereka, baik dalam hal kedisiplinan maupun gaya hidup positif lainnya (Nasution, 2018).

*Celebrity worship* yang terjadi secara berlebihan dapat memberikan berbagai dampak negatif. Dampak negatif yang diberikan yaitu seperti munculnya gejala dalam hal depresi dan kecemasan (Sansone & Sansone, 2014), perilaku kompulsif seperti penggunaan internet yang sangat berlebihan, *maladaptive daydreaming*, sampai keinginan untuk terkenal (Zsila et al., 2018). Di samping itu, perilaku *celebrity worship* juga dapat menyebabkan dampak negatif pada

keterampilan sosial dan hubungan yang dimiliki. Para penggemar dapat memilih untuk lebih mengikuti dan mencari tahu lebih dalam terkait aktivitas selebriti idola dibandingkan dengan melakukan interaksi sosial dengan orang lain (Gillette, 2022). Selain itu, menurut Maltby dkk (2003), apabila masih pada tahap *entertainment-social*, para penggemar hanya menjadikan idola mereka sebagai sarana hiburan ataupun topik pembicaraan dengan temannya. Tetapi, pada tahap *intense-personal*, penggemar bisa mendapatkan dampak negatif seperti perasaan yang semakin intensif dan kompulsif kepada idolanya yang akan membuat ia terfokus kepada idolanya. Lalu, apabila penggemar sudah memasuki tahap *borderline-pathological*, dampak negatif yang dapat ditimbulkan yaitu mereka akan rela untuk melakukan hal apa saja untuk idolanya.

Fenomena *celebrity worship* diasumsikan terjadi karena pembentukan identitas diri, dimana individu pada masa *emerging adulthood* akan terjadi keterikatan sekunder (Adams-Price & Greene, sebagaimana dikutip dalam Elhana & Sahrani, 2022). *Emerging adulthood* juga akan lebih banyak mengalami eksplorasi terkait identitas mereka dibandingkan pada saat masa remaja (Arnett, 2000). Pada fase ini, fokus permasalahan identitas dapat dilihat pada tiga bidang utama eksplorasi identitas, yaitu pekerjaan, pandangan dunia, serta eksplorasi terkait cinta yang menjadi lebih intim dan serius (Arnett, 2000). Pada masa *emerging adulthood*, hubungan intim yang seharusnya dicapai akan memiliki kemungkinan yang lebih sulit untuk dibangun apabila suatu individu masih memiliki pergulatan dengan identitas yang dimilikinya (Newton, 2022). Tetapi, dengan banyaknya penggemar dalam rentang usia *emerging adulthood* atau dewasa awal yang masih melakukan kegiatan *celebrity worship* di Indonesia diindikasikan sebagai mereka belum sepenuhnya menyelesaikan tugas perkembangannya tahap sebelumnya, yaitu pada masa remaja untuk membentuk identitas yang mereka miliki (Laksono & Noer, 2021). Masalah identitas yang muncul tersebut dapat diselesaikan dengan gaya identitas yang mereka miliki.

Gaya identitas atau *identity styles* sendiri didefinisikan oleh Berzonsky sebagai perbedaan yang muncul dalam memproses informasi terhadap informasi-informasi yang relevan terhadap diri sendiri, menyelesaikan konflik identitas, serta membuat keputusan terhadap apa yang terjadi (Czyżowska, 2022; Muttaqin &

Ekowarni, 2017). Berzonsky membagi gaya identitas menjadi 3 jenis, yaitu *normative styles*, dimana individu lebih mengikuti norma atau keyakinan orang lain dalam memproses masalah identitas. Kedua yaitu *diffuse-avoidant styles*, yaitu individu lebih memilih untuk menunda dalam mengambil keputusan serta menghindari konflik identitas jika hal tersebut memungkinkan. Terakhir adalah *informational styles*, atau individu lebih mengeksplorasi dan mencari tahu lebih dalam terkait informasi-informasi yang didapat (Czyżowska, 2022; Muttaqin & Ekowarni, 2017).

Pada individu yang memiliki gaya identitas *informational styles*, ketika dihadapkan dengan maraknya budaya K-Pop yang semakin meluas, mereka akan lebih selektif dan hanya mengambil hal yang relevan bagi diri mereka dalam prosesnya menyukai K-Pop. Hal tersebut dikarenakan individu dengan gaya identitas *informational style* lebih berusaha untuk mencari informasi-informasi, memproses, serta melakukan evaluasi terhadap apa yang didapat (Berzonsky & Kuk, 2021). Pada individu dengan *normative style*, mereka akan memproses hal-hal terkait K-Pop sesuai dengan apa yang orang lain di lingkungan sekitar mereka lakukan tanpa mencari tahu lebih lanjut apakah hal tersebut relevan bagi diri mereka.

Hal tersebut dikarenakan mereka mengadaptasi harapan dari lingkungan sekitar secara langsung untuk dapat tetap memenuhi ekspektasi yang ada (Berzonsky & Kuk, 2021). Individu dengan *diffuse-avoidant style*, mereka akan lebih tinggi kemungkinan untuk mengembangkan perilaku *celebrity worship* sampai pada tingkat *borderline pathological*. Hal tersebut dikarenakan mereka akan lebih memikirkan apa yang akan langsung mereka dapat jika menyukai K-Pop, tanpa memikirkan konsekuensi jangka panjang, karena individu dengan gaya identitas ini lebih memikirkan konsekuensi jangka pendek dan didorong oleh kebutuhan hedonistik (Berzonsky, sebagaimana dikutip dalam Czyżowska, 2022).

Hal tersebut digambarkan dengan para penggemar dengan gaya identitas ini hanya berpikir untuk mendapatkan kesenangan jangka pendek tanpa melihat konsekuensi jangka panjang seperti apa yang bisa didapatkan dari hal-hal yang mereka lakukan untuk menyenangkan diri mereka dan berkaitan dengan idola mereka. Di samping itu, para individu dengan *diffuse-avoidant style* dikatakan akan

lebih memiliki tingkat yang lebih tinggi dalam *loneliness* (Berzonsky & Kuk, 2021). Hal tersebut juga berkaitan dengan rendahnya keterampilan sosial yang dimiliki oleh para penggemar K-Pop dengan tingkat *borderline-pathological* yang akan lebih memungkinkan untuk melakukan *celebrity worship* pada tingkat yang lebih dalam agar dapat memenuhi perasaan kosong atau menggantikan dari hubungan sosial yang seharusnya terjadi.

Peneliti melakukan wawancara kepada 3 penggemar K-Pop untuk mengetahui lebih lanjut terkait fenomena yang ada. Pada responden pertama, berinisial DA (21), yang memiliki gaya identitas *informational style* dan *celebrity worship* pada tingkat *entertainment-social*. Ia menyatakan bahwa awal menyukai K-Pop bermula pada tahun 2010. Ia mulai menyukai K-Pop sekitar tahun 2011-2012, dan kembali menyukai K-Pop dengan lebih intens saat tahun 2017. Ia menyukai K-Pop dikarenakan temannya memberitahukan terkait *boy-group* Shinee yang menyanyikan salah satu *soundtrack* pada salah satu drama Korea yang ia tonton. Oleh karena itu, ia mulai menyukai K-Pop. Saat ini ia menyukai beberapa *girl-group* seperti SNSD dan New Jeans serta *boy-group*, yaitu BTS dan Super Junior. Ia melakukan aktivitas terkait K-Pop hanya untuk mengakses hiburan seperti mendengarkan musik, menonton video, melihat aktivitas idola di media sosial, dan hanya melakukan *cover dance* yang dilakukan untuk kesenangan saja. Di samping itu, DA saat ingin mengambil keputusan terkait identitas, akan lebih mengeksplor kemungkinan-kemungkinan apa saja yang dapat dihasilkan dari keputusan yang akan ia ambil.

Responden ketiga yaitu IR (22), dengan gaya identitas *normative style* dan *celebrity worship* pada tingkat *intense-personal*. Ia mulai menyukai K-Pop dikarenakan melihat salah satu *girl-group* yang dirasa memiliki visual yang menarik. Hal tersebut membuatnya mencari lebih jauh terkait *girl-group* tersebut dan artis K-Pop lainnya. Saat ini ia menyukai beberapa *girl-group* seperti LeSserafim dan New Jeans serta *boy-group*, yaitu StrayKids, Seventeen, serta TXT. IR menyatakan bahwa ia melakukan aktivitas menjadi penggemar K-Pop yaitu mulai dari mendengarkan lagu sampai dengan menonton konser selebriti idolanya. Ia juga melakukan pencarian terhadap berita idolanya terutama melalui platform X dengan intensitas yang cukup tinggi. Selain itu, ia juga melakukan aktivitas lain

bersama teman yang menyukai selebriti idola yang sama, seperti melakukan *noraebang*, *cafe event*, dan berkumpul atau berpiknik bersama. Ia sendiri merasa tidak memiliki hambatan dalam menjalin relasi dengan orang sekitar di luar lingkungan pertemanan yang sama-sama menyukai K-Pop. Selain itu IR juga menyatakan bahwa ia adalah individu yang cukup terstruktur. IR juga merasa dirinya suka untuk mencoba hal-hal baru, dan ia lebih senang untuk mencari informasi yang relevan jika ingin mengambil suatu keputusan. Hal tersebut juga didasarkan bahwa keluarganya adalah keluarga yang suportif dan cukup membebaskannya dalam mengambil suatu keputusan.

Responden terakhir yaitu A (21), menyatakan bahwa ia menyukai K-Pop sekitar 3-4 tahun. Ia memiliki gaya identitas *diffuse-avoidance style* dan *celebrity worship* pada tingkat *borderline-pathological*. Saat ini dia menyukai beberapa *boy-group* seperti BTS, Seventeen, TXT, dan enhypen. Saat ini, AD dalam menyukai K-Pop juga melakukan aktivitas seperti mendengarkan lagu, menonton konten-konten idolanya, serta menonton konser. Ia bisa menonton konser berkali-kali dalam satu tahun dan bisa sampai mengikuti idolanya keluar negeri untuk menonton konser mereka. A juga sering membeli barang yang sama seperti yang dipakai idolanya walaupun harga barang tersebut mahal. A sendiri memiliki orang tua yang cukup memanjakannya dan memperbolehkannya ia melakukan hal-hal untuk memenuhi kebutuhannya akan idolanya. A juga memiliki kepribadian yang dapat dikatakan sering kali merasa khawatir yang berlebihan saat melakukan aktivitas. Ia sering kali menunda dalam mengambil keputusan-keputusan terkait identitasnya ataupun masalah-masalah pribadinya saat seharusnya melakukan hal tersebut dan mengatakan “lihat nanti saja”.

Penelitian Muttaqin dan Ekowarni (2017) terkait pembentukan identitas remaja di Yogyakarta, menyatakan bahwa sesuai dengan kemampuan adaptasi yang ada pada konteks Indonesia, remaja dapat menerapkan gaya identitas dalam membentuk identitas yang dimiliki. Selain itu, penelitian yang dijalankan oleh Widiastuti et al., (2019) menyatakan jika adanya hubungan pada *idol worship* dan hubungan parasosial pada *emerging adulthood*.

Berdasarkan penelitian-penelitian yang sudah dijalankan, belum terdapat penelitian yang meneliti terkait pengaruh gaya identitas terhadap *celebrity worship*.

Di samping itu, pengaruh gaya identitas terhadap *celebrity worship* perlu diteliti untuk melihat apakah gaya identitas yang dimiliki para individu dapat mengembangkan perilaku *celebrity worship* pada tingkatan yang lebih tinggi. Oleh karena itu, peneliti mempunyai ketertarikan untuk meneliti terkait pengaruh *celebrity worship* terhadap identitas diri pada *emerging adulthood* penggemar K-pop.

### **1.2. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah pada penelitian ini yaitu “Apakah terdapat pengaruh gaya identitas terhadap *celebrity worship* pada *emerging adulthood* penggemar K-Pop?”

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh gaya identitas terhadap *celebrity worship* penggemar K-Pop.

### **1.4. Manfaat Penelitian**

#### **1.4.1 Manfaat Teoretis**

1. Hasil penelitian diharapkan mampu menjadi referensi ataupun acuan untuk penelitian yang akan dilakukan selanjutnya terkait *celebrity worship* dan gaya identitas.
2. Penelitian ini diharapkan mampu menjadi sumbangan dan dapat menyumbangkan kontribusi terhadap ilmu psikologi, terutama bagi psikologi sosial serta perkembangan.

#### **1.4.2. Manfaat Praktis**

1. Peneliti mengharapkan penelitian yang dilakukan dapat bermanfaat bagi penggemar K-Pop dalam memahami terkait *celebrity worship* serta gaya identitas. Hal tersebut dimaksudkan untuk lebih mempertimbangkan terkait pengambilan keputusan yang dapat memengaruhi perilaku *celebrity worship* yang dilakukan.