

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

K-Wave sudah menyebar diberbagai belahan dunia, salah satunya adalah Indonesia. K-Wave adalah istilah yang sering digunakan untuk mengungkapkan menyebarnya budaya Korea dalam bentuk film, drama dan musik secara global diberbagai macam belahan dunia (Aryani, 2017). Salah satu faktor yang membuat K-Wave dapat menyebar dengan pesat di Indonesia adalah Kpop. Kpop merupakan jenis musik populer yang dibawakan oleh *boygroup* dan *girlgroup* dari negeri gingseng Korea Selatan (Kpop, 2020), contohnya *boygroup* yang bernaung dibawah agensi Big Hit Entertainment, Bangtan Boys atau yang lebih terkenal dengan sebutan BTS.

BTS merupakan salah satu dari beberapa *boygroup* yang sedang naik daun saat ini. Popularitas mereka berkembang dengan cepat setelah rilisnya album mereka “*Love Yourself:Her*” pada tahun 2017 yang berhasil menduduki peringkat 7 di Billboard 200, yang merupakan peringkat tertinggi yang berhasil diraih oleh artis Asia dalam sejarah. Pada tahun 2017, BTS berhasil memenangkan penghargaan *Top Social Artist* di *Billboard Music Awards*, menjadi *boygroup* Korea pertama yang memenangkan BMA. November 2017, *Guinness World Records* mengungkapkan bahwa BTS mendapatkan rekor edisi 2018 sebagai “memiliki keterlibatan Twitter paling banyak di dunia sebagai *group music*”. Pada 2018, BTS berada di nomor pertama di daftar *Forbes Korea Power Celebrity*, yang menempatkan selebriti paling kuat dan berpengaruh di Korea Selatan, dan menjadi artis termuda yang di anugerahi *Order of Cultural Merit* dari Korea Selatan (BTS, 2020).

Meningkatnya popularitas *boygroup* BTS ini membuat bermunculannya para penggemar mereka yang dikenal sebagai ARMY. Jumlah ARMY yang terdaftar secara resmi di Korea Selatan mencapai 495.000 (Tokopedia, 2020). Selain itu berdasarkan data yang dihimpun dari Korean count, BTS memiliki jumlah anggota di *fancafe* resmi mereka sebanyak 679.794 anggota (Fadhilla, 2017). Berdasarkan data statistik yang membandingkan antara penonton konser *boygroup* EXO, Seventeen, dan BTS ditinjau dari rentang usianya, terdapat sebesar 67,8% penonton yang datang ke konser BTS berasal dari kalangan remaja (Niardo 2016). Dalam survey yang dilakukan dalam Aminoapps (2020) di BAIA (BTS ARMY Indonesia Amino) dari 95.443 members terdapat 73,5 % berada pada usia remaja (BAIA, 2020).

Terdapat beberapa hal yang dilakukan para ARMY untuk menunjukkan dirinya sebagai seorang penggemar BTS (Liputan6.com, 2019), mulai dari mengetahui informasi terbaru BTS melalui forum komunitas atau media sosial, membeli serta mengoleksi album maupun *merchandise official* BTS, dan sering terlibat *fanwar* dengan penggemar *boygroup* lain.

Indonesia tercatat memiliki populasi ARMY terbanyak di dunia (Pemita, 2017), karena hal tersebut para ARMY Indonesia dapat cepat mengetahui semua berita mengenai BTS. Salah satu contohnya adalah saat Boy William sedang memandu suatu program acara televisi, Boy William membicarakan grup musik lain ketika rekan pembawa acaranya sedang membicarakan BTS, hal tersebut membuat para ARMY marah yang kemudian membuat akun media sosial milik Boy William penuh dengan kata makian dari para ARMY Indonesia (Nizar, 2019). Selain itu ARMY sering terlibat konflik dengan EXO-L, hal ini terjadi karena Army menuduh EXO-L telah menyebar fitnah bahwa BTS melakukan manipulasi *voting* pada *chart* musik sedangkan EXO-L menuduh BTS telah menjiplak konsep EXO (KumaranKpop, 2018). Pada saat BTS melakukan *fan meeting* pertama mereka di Indonesia (liputan6.com, 2015) terdapat sekitar hampir 500 Army yang datang pada *fan meeting* tersebut. Saat BTS melakukan konser pertamanya di Indonesia (Kompas.com, 2017), dikabarkan bahwa tiket konser BTS terjual habis hanya dengan hitungan menit. Dari beberapa peristiwa tadi tak jarang ARMY di juluki *fandom* terburuk di dunia K-pop (Mogurosie, 2019). Terlepas dari julukan tersebut ternyata terdapat beberapa hal positif yang dilakukan para ARMY, salah satunya adalah ARMY Indonesia yang melakukan aksi peduli Lombok setelah pulau Lombok terkena gempa pada bulan Agustus 2018 (Saputri, 2018). Selain itu ARMY Indonesia juga memiliki solidaritas yang tinggi, terbukti dengan para ARMY yang dapat saling menjaga sesamanya (JK, 2017).

Dari penjelasan fenomena mengidolakan BTS ini dapat disebut sebagai *celebrity worship*. *Celebrity worship* adalah bentuk interaksi parasosial penggemar yang terobsesi dengan idolanya (Maltby dkk., 2003). Hubungan parasosial menurut (Maltby dan Day, 2011) adalah hubungan yang satu arah, dimana seseorang mengetahui orang lain namun orang lain tersebut tidak mengetahuinya. Meskipun penggemar mengetahui bahwa idolanya tersebut tidak mengenalnya secara pribadi, mereka tetap merasa memiliki hubungan yang intim dan nyata dengan idolanya sehingga hal tersebut dapat membuat para penggemar terobsesi dengan idolanya. Maltby dkk (2003) menyatakan bahwa *celebrity worship* memiliki beberapa dimensi, yaitu *entertainment sosial*, *intense personal feeling* dan *borderline pathological*.

Maltby dkk (2003) menyatakan bahwa dimensi *entertainment sosial* dicirikan dengan perilaku penggemar yang tertarik mendapatkan informasi lebih banyak mengenai idolanya, suka membicarakan idolanya dengan teman-temannya serta

memiliki ketertarikan untuk melihat sang idola melalui media sosial. Dimensi *intense personal feeling* yang dicirikan dengan penggemar yang memiliki perasaan intensif serta kompulsif terhadap idolanya dan memiliki pemikiran bahwa idolanya merupakan bagian dari dirinya. Sedangkan dimensi *borderline pathological* yang dicirikan dengan penggemar yang memiliki pemikiran yang tidak dapat terkontrol dan cenderung irasional terhadap idolanya, penggemar obsesif terhadap sang idola serta penggemar kerap kali histeris ketika melihat ataupun mendengar nama sang idola. McCutcheon, Collisson, dan Murtagh (2016) menyatakan bahwa, seseorang yang berada di dimensi *entertainment-social* tidak memiliki narsisme, sehingga dikatakan bahwa ia memiliki tingkat *celebrity worship* yang rendah, sedangkan seseorang yang berada pada dimensi *intense-personal* dan dimensi *borderline-pathological* lebih bermasalah karena kedua dimensi ini saling berhubungan, dimensi *intense-personal* bisa ada kemungkinan untuk berpindah ke dimensi *borderline-pathological* selain itu juga kedua dimensi ini rentan terhadap narsisme, lebih kecil kemungkinan untuk bersikap terbuka secara kognitif, kurang mampu mengatasi tantangan hidup yang lebih cenderung tidak sehat secara mental serta memiliki kecenderungan yang bersifat neurotik dan psikotik sehingga dapat dikatakan sebagai tingkat *celebrity worship* yang tinggi.

Berdasarkan data yang sudah diungkap diatas mayoritas ARMY berada pada masa remaja. Salah satu tugas perkembangan remaja adalah perkembangan sosial. Perkembangan sosial remaja dapat mempengaruhi hubungan sosialnya dengan orang tua, teman sebaya dan lain sebagainya. Untuk bisa memiliki hubungan sosial yang baik maka remaja harus dapat memulai berinteraksi dengan lingkungan sosialnya. Pernyataan sejalan dengan pernyataan Gea (dalam Dewi, 2013), yang menyatakan bahwa berinteraksi dengan orang lain dibutuhkan dalam membentuk hubungan sosial. Oleh karena itu agar remaja dapat berinteraksi dengan lingkungannya dibutuhkan kompetensi sosial yaitu keterampilan sosial.

Mutadin (2014) menyatakan remaja yang memiliki keterampilan sosial yang buruk, mereka akan sulit melakukan penyesuaian diri dan berkomunikasi dengan orang-orang di lingkungan sosialnya. Hal ini mengakibatkan para remaja mencari atau membentuk kelompok yang bisa menerima dirinya serta mencari suatu hal yang baru untuk memenuhi kebutuhan berhubungan sosialnya.

Menurut Wu (2008) keterampilan sosial adalah perilaku yang dapat ditampilkan, dipelajari dan disesuaikan dalam berbagai situasi untuk mencapai tujuan-tujuan sosial dalam berinteraksi di lingkungan sosial. Terdapat tiga aspek dalam keterampilan sosial yaitu *social presentation* keterampilan seseorang untuk menampilkan dirinya di lingkungan sosial sesuai dengan aturan-aturan sosial yang berlaku, kedua *social scanning* keterampilan seseorang untuk dapat mengamati serta mengamati pesan verbal maupun non verbal dari orang lain, dan ketiga

social flexibility keterampilan seseorang untuk dapat menyesuaikan perilakunya dengan baik agar cocok dalam situasi apapun.

Berikut adalah hasil wawancara dengan beberapa remaja Army mengenai keterampilan sosial dan *celebrity worship* :

Remaja putri B usia 15 tahun :

“Aku suka sama BTS dari jaman album Wings. Sekitar sebulan aku suka BTS aku langsung beli lightstick tuh, terus abis itu aku jadi suka ngoleksi printilan official BTS dari album sampe pernah-pernik gituh ka, emang sih gak murah cuma seneng aja gituh kalokamar aku penuh hal-hal yang berkaitan sama BTS. aku juga sering liat-liat wamppad yang rolenya member BTS trus malah kepikiran itu cerita jadi beneran ka, Jimin itu beneran pacar aku gituh. Aku gak bisa ka kalo harus ngobrol sama orang asingsulit aja gitu, nunggu orang ngajak ngobrol dulu baru aku nyaut. Kalaupun aku nyaut, aku suka gak ngeh sama apa yang dia omongin ka”.

Dari wawancara dengan remaja putri B, dapat disimpulkan bahwa dia dalam tingkat *celebrity worship* tinggi. Dimana B tidak keberatan mengeluarkan banyak uang untuk dapat memenuhi kamarnya dengan hal yang berkaitan dengan BTS, selain itu dia juga memiliki pemikiran bahwa salah satu member BTS merupakan pacarnya. Jika dilihat dari keterampilan sosialnya maka B dapat dikatakan memiliki keterampilan sosial buruk. Dia tidak dapat berkomunikasi dengan orang asing, selain itu dia juga tidak dapat menangkap pesan yang disampaikan oleh lawan bicaranya.

Remaja laki-laki S usia 18 tahun :

“ Gue suka BTS pas mereka release lagu fire. Gue suka sama jenis musik mereka, gaya mereka dan suara mereka sih terlebih bang V ya. Gue juga suka nonton youtube tentang mereka kalo lagi suntuk. Tapi gue suka sama mereka ya suka doang gak sampe gimana-gimana, hanya menganggap mereka itu sebatas pekerja seni jadi penghibur orang-orang dengan musik mereka aja. Gue cuma sebatas fans yang streaming on youtube, be a normal fans aja sih gak sampe harus ngeluarin duit berjutjut gituh. Gue sih tipe orang yang bisa komunikasi dengan berbagai macam orang mau itu ARMY ataupun bukan Kpopers atau bukan. Kalo gue lagi bareng sama temen-temen ARMY ya ngomongin BTS kalo bukan ya cari pembahasan lain lah kan gak semua orang suka BTS masa kudu maksain ngomongin BTS sama orang yang gak suka BTS risih lah nanti mereka, menyesuaikan diri aja sih intinya kalo mau komunikai sama orang.”

Dari hasil wawancara diatas, pernyataan S menunjukkan bahwa ia menyukai BTS karena jenis musik yang dibawakan, gayanya serta suaranya dan menonton youtube mengenai BTS hanya sebagai penghilang suntuk. Dapat disimpulkan

bahwa S itu berada pada tingkat *celebrity worship rendah*, yang dicirikan dengan individu hanya menjadikan idolanya sebagai hiburan dan melakukan pencarian aktif di media sosial. Jika dilihat dari keterampilan sosial yang dimiliki, maka S memiliki keterampilan sosial baik. Dimana S selalu berkomunikasi dengan berbagai macam orang, S mengamati lawan bicaranya ketika berinteraksi serta berusaha untuk selalu menyesuaikan diri di berbagai situasi.

Dari hasil wawancara dengan 2 remaja ARMY tadi terlihat adanya perbedaan dari kedua ARMY tersebut. B putri berusia 15 tahun memiliki *celebrity worship* yang tinggi, dia rela mengeluarkan banyak uang untuk dapat memenuhi kamarnya dengan hal yang berkaitan dengan BTS, dia juga memiliki pemikiran bahwa salah satu member BTS adalah pacarnya. Selain itu B memiliki keterampilan sosial yang buruk, dimana dia tidak dapat berinteraksi dengan orang-orang yang berada di lingkungan sosialnya serta tidak dapat menangkap pesan yang diutarakan oleh lawan bicaranya. Sedangkan S putra berusia 18 tahun memiliki *celebrity worship* yang rendah, dia hanya menganggap BTS sebagai pekerja seni yang tugasnya menghibur orang-orang dengan musiknya. Dilihat dari keterampilan sosialnya S memiliki keterampilan sosial yang baik, dia dapat menyesuaikan diri di berbagai situasi yang berbeda, dapat menangkap pesan dari lawan bicaranya serta dapat berkomunikasi dengan berbagai macam orang.

Menurut Maltby dkk, (2002), salah satu faktor yang dapat memengaruhi *celebrity worship* seseorang adalah keterampilan sosial. Maltby dkk (2003) mengatakan bahwa keterampilan sosial buruk dapat membuat semakin tinggi *celebrity worship*. Seseorang dengan keterampilan sosial buruk, ia tidak bisa menjalin hubungan sosial di lingkungannya kemudian dia membuat hubungan parasosial dengan artis idolanya yang membuat dia akan memiliki pemikiran yang tidak dapat terkontrol dan cenderung irasional terhadap idolanya dan bahkan sampai terobsesi dengan idolanya. Sebaliknya ketika keterampilan sosialnya baik maka akan rendah *celebrity worship*. Seseorang yang memiliki keterampilan sosial baik, ia dapat menjalin hubungan sosial di lingkungannya, dapat menampilkan dirinya sesuai dengan aturan sosial, mengerti pesan verbal maupun nonverbal yang disampaikan orang lain serta dapat menyesuaikan diri dengan baik di lingkungannya, karena dia dapat menjalin hubungan sosial dengan baik maka mengidolakan idolanya hanya sebagai bentuk pengisi waktu luang saja.

Untuk mendukung pernyataan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi *celebrity worship* adalah kemampuan sosial maka terdapat penelitian yang dapat mendukung pernyataan tersebut, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Nasution (2018) mengenai “Hubungan Keterampilan Sosial Dengan *Celebrity Worship* Pada Remaja Di Komunitas *Korean Cultural Centre* Medan”, yang menyatakan bahwa adanya hubungan negatif yang signifikan antara keterampilan sosial dengan *celebrity worship*. Seseorang yang memiliki keterampilan sosial buruk

maka berpengaruh pada tingginya *celebrity worship* orang tersebut, sebaliknya seseorang yang memiliki keterampilan sosial baik maka akan berpengaruh pada rendahnya *celebrity worship*. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada subjek penelitiannya, yang akan dijadikan subjek dalam penelitian ini adalah remaja ARMY BTS di Indonesia, sedangkan pada penelitian sebelumnya adalah remaja anggota komunitas *Korean Cultural Centre* Medan.

Dari penjelasan diatas, dapat dikatakan bahwa remaja ARMY adalah penggemar yang memiliki hubungan parasosial terhadap idolanya yang dapat disebut sebagai *celebrity worship*. *Celebrity worship* yang tinggi membuat keterampilan sosialnya rendah. Hal ini membuat peneliti tertarik meneliti mengenai “hubungan antara keterampilan sosial dengan *celebrity worship* pada remaja ARMY BTS di Indonesia”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dipaparkan, masalah penelitian ini adalah “Bagaimana hubungan antara keterampilan sosial dengan *celebrity worship* pada remaja ARMY BTS di Indonesia?”, maka dari masalah umum tersebut dijabarkan menjadi pertanyaan penelitian berikut :

1. Apakah terdapat hubungan antara keterampilan sosial dengan *celebrity worship* pada remaja ARMY BTS di Indonesia?
2. Bagaimanakah gambaran keterampilan sosial pada remaja ARMY BTS di Indonesia?
3. Bagaimanakah gambaran *celebrity worship* pada remaja ARMY BTS di Indonesia?
4. Dimensi manakah yang dominan pada *celebrity worship* remaja ARMY BTS di Indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan, maka tujuan penelitian yaitu :

1. Untuk mengetahui hubungan yang signifikan antara keterampilan sosial dengan *celebrity worship* pada remaja ARMY BTS
2. Untuk mengetahui gambaran keterampilan sosial pada remaja ARMY BTS di Indonesia
3. Untuk mengetahui gambaran *celebrity worship* pada remaja ARMY BTS di Indonesia
4. Untuk mengetahui dimensi dominan *celebrity worship* pada remaja ARMY BTS di Indonesia

1.3.2 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang dijabarkan terdapat 2 kegunaan penelitian yaitu :

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan kajian untuk penelitian selanjutnya dan memberi sumbangan informasi pada bidang psikologi khususnya psikologi sosial, terutama yang berkaitan dengan *celebrity worship* dan keterampilan sosial.

2. Manfaat Praktis

Diharapkan dengan penelitian ini dapat memberikan inspirasi bagi para remaja Army BTS untuk mampu mengelola keterampilan sosial sehingga dapat mengendalikan *celebrityworship* yang dimilikinya.