

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring dengan berkembangnya era globalisasi, budaya *Korean Pop* atau yang biasa disebut sebagai istilah *K-Pop* merupakan jenis musik yang disukai oleh masyarakat di beberapa belahan dunia salah satunya di Indonesia. Salah satu *boyband* yang cukup terkenal di Indonesia adalah *boyband* bernama NCT yang memiliki kepanjangan *Neo Culture Technology*. NCT merupakan *boyband* yang berada dibawah naungan SM Entertainment yang juga memiliki kantor cabang yang berada di Indonesia, tepatnya di kawasan Fx Sudirman Jakarta. Hal tersebut menjadikan NCT dilirik oleh *brand* asal Indonesia untuk mempromosikan produk mereka (Haidir, 2022).

Konsep yang dimiliki oleh NCT terbilang cukup menarik dan berbeda dengan *boyband* lainnya. Jika *boyband* lainnya telah memiliki jumlah anggota tetap, NCT memiliki jumlah anggota yang tak terbatas serta menggabungkan anggota berkebangsaan Korea Selatan dengan kebangsaan lain seperti Amerika Serikat, Thailand, Kanada, Taiwan, Jepang, Hongkong, China, dan Makau. Saat ini NCT memiliki total anggota sebanyak 23 orang dan memiliki 4 buah *sub-unit* yaitu NCT U, NCT 127, NCT Dream, WayV. NCT memiliki penggemar yang disebut sebagai NCTZen. NCTZen memiliki makna artinya NCT dan *Citizen* yang berarti warga atau penduduk (CNN Indonesia, 2020).

NCTZen di Indonesia membentuk sebuah komunitas dikarenakan terdapat individu memiliki kegemaran yang sama, yaitu *boyband* NCT. Penggemar menyadari bahwa ada individu lain yang memiliki minat yang sama (Tartila, 2013). NCTzen Indonesia memiliki beberapa keunggulan jika dibandingkan dengan negara lain, salah satunya NCTzen Indonesia sering mendapat konten eksklusif dari agensi yakni berupa video yang menampilkan keseruan beberapa anggota NCT yang mengunjungi tempat-tempat wisata Indonesia. Selain itu dalam setiap video yang diunggah dalam akun *youtube* NCT juga menyertakan *subtitle* dengan Bahasa Indonesia.

NCTzen memiliki suatu keunikan dibandingkan dengan penggemar *idol group* yang lainnya yaitu mereka selalu menerima hal yang baru, dikarenakan NCT selalu mengusung konsep dan tema yang berbeda dari *idol group* lainnya misalnya mereka selalu merombak anggota demi menyesuaikan konsep yang diusung, contohnya ketika membawakan lagu *Misfit* yang memiliki genre *hip hop* dibawakan oleh member yang memiliki posisi *rapper* di grup, sedangkan pada lagu berjudul *From Home* yang bergenre *pop ballad* dibawakan oleh para *main vocalist* yang memiliki suara merdu.

Hasil survey yang telah dilakukan oleh Noor (2021) menunjukkan bahwa jumlah penggemar *boyband* NCT yang terdata sebanyak 525 orang dengan rentang usia 13 tahun hingga 33 tahun. Mayoritas NCTZen di Indonesia

berusia 17 tahun (23,2%), berjenis kelamin perempuan (99,4%). Berdasarkan data tersebut sebagian besar NCTzen didominasi oleh kalangan remaja. Pada umumnya remaja berada pada fase pencarian identitas, hal tersebut menyebabkan remaja memandang selebriti sebagai sosok yang sempurna yang dapat dijadikan *role model* baginya. Pada masa remaja sering kali terjadi pertentangan antara remaja dengan orang tua yang pada akhirnya membuat remaja mengalihkan pemujaan mereka dari sosok orang tua ke selebriti yang mereka anggap lebih baik. (Maltby et al., 2004).

Sebagai penggemar tentu banyak perilaku yang muncul untuk menunjukkan kecintaannya terhadap tokoh yang ia suka. Namun tidak jarang dari mereka merasa bahwa dirinya sangat mengenal tokoh idolanya. Kegagalan individu untuk membedakan antara hubungan parasosial dan aktivitas sosial biasa dapat menyebabkan situasi dimana individu mempercayai bahwa interaksi mereka telah dibalas oleh idola. Hal tersebut sering disebut sebagai *celebrity worship*.

Fenomena *celebrity worship* yang terjadi pada NCTzen baru-baru ini adalah ketika mereka menghadiri sebuah acara festival musik yang digelar secara *offline* sejak pandemi menurun. NCTzen yang datang pada acara tersebut melanggar aturan *social distancing* di konser *offline* yang berlangsung, mereka melanggar aturan tersebut dikarenakan ingin melihat anggota NCT secara dekat. Kejadian lain juga terjadi ketika NCT menghadiri salah satu acara musik di Korea. Saat itu penggemar grup lain menghormati dan berperilaku baik saat idolnya muncul, sedangkan banyak NCTzen bertindak seperti 'zombie', dengan ceroboh mengejar anggota NCT dan menyebabkan kekacauan total di depan umum. Hal tersebut menjadikan penggemar NCT atau fandom NCTzen disebut sebagai fandom yang tidak sopan dibandingkan dengan penggemar BTS dan Twice (Novia, 2021).

Selain itu konsep unik yang hanya ada pada *boyband* NCT juga berdampak pada NCTzen, memiliki jumlah anggota yang terbilang cukup banyak jika dibandingkan *boyband* lainnya mengakibatkan adanya perubahan anggota yang disesuaikan oleh konsep lagu baru menyebabkan NCTzen terlibat *fanwar* dengan sesama NCTzen yang merasa tidak terima jika anggota favoritnya mendapatkan perlakuan yang tidak adil dari agensi. Perilaku NCTzen yang mengecam agensi SM baru-baru ini terjadi dikarenakan agensi tidak mempromosikan salah satu anggota NCT dengan baik sehingga membuat NCTzen meminta pernyataan resmi mengenai hal tersebut (Sari, 2022).

*Celebrity worship* (pemujaan selebriti) adalah suatu bentuk dari hubungan parasosial dimana seseorang menjadi terobsesi terhadap selebriti. *Celebrity worship* muncul akibat dari kebiasaan individu mendengar, membaca, hingga mempelajari seluk beluk yang dimiliki oleh selebriti favoritnya secara berlebihan (Maltby et al., 2004). Pemujaan yang dilakukan oleh penggemar mengacu pada rasa hormat yang luar biasa pada idola. Hal ini dapat dilihat dari

perilaku penggemar seperti mengumpulkan informasi dan membeli barang yang berhubungan dengan idola (Raviv et al., 1996).

*Celebrity worship* memiliki tiga tingkatan yaitu *entertainment-social*, *intense-personal* dan *borderline pathological* atau perilaku yang tidak terkendali (Maltby et al., 2004). *Entertainment-social* merupakan perilaku penggemar yang memiliki ketertarikan terhadap kehidupan selebriti seperti membicarakan idola atau membaca berita seputar selebriti dengan sesama penggemar. *Intense-personal* merupakan perasaan yang intens, dan sangat emosional terhadap selebriti. Penggemar merasa bahwa dirinya memiliki ikatan batin dengan idolanya. Perilaku tidak terkendali merupakan aspek dari *celebrity worship* yang paling tidak wajar atau ekstrim. Dalam aspek ini individu memiliki hubungan delusional dan pemikiran yang tidak rasional tentang idolanya yaitu tentang obsesi terhadap kehidupan idolanya secara detail (Maltby et al., 2006).

*Celebrity worship* berada pada titik puncak ketika individu mencapai usia remaja, remaja yang berada dalam masa pencarian jati diri akan memandang selebriti sebagai sosok yang sempurna dan dapat dijadikan *role model*. *Celebrity worship* merupakan hal yang umum pada masa remaja, namun *celebrity worship* dapat dipandang sebagai sesuatu yang tidak wajar. *Celebrity worship* yang tidak wajar dapat terjadi ketika remaja memiliki perilaku untuk terlibat penuh dalam kehidupan sehari-hari idolnya. Hal tersebut biasanya dilakukan agar dirinya dianggap sebagai penggemar sejati oleh para anggota di kelompok penggemar atau biasa disebut dengan *fandom* atau *fans kingdom* dan didalam *fandom* penggemar dapat saling membagi foto, video, dan aktivitas idolanya (Lastriani, 2018).

Penggemar yang gemar menonton atau mendengarkan lagu dari 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 well-being*.

*Subjective well-being* 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. Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi *subjective well-being* diantaranya harga diri, kontrol diri, *self-compassion*, ekstrovert, optimis, hubungan sosial yang positif, makna dan tujuan hidup, lebih mengarah pada religiusitas.

*Subjective well-being* dijelaskan dari empat hal yaitu tinggi afek positif, rendahnya afek negatif, kepuasan hidup secara global, dan kepuasan domain kehidupan. *Subjective well-being* menurut Pavot & Diener (2004) mewakili penilaian atau evaluasi orang-orang terhadap kehidupan mereka sendiri, dan

penilaian-penilaian tersebut bisa didasari oleh respon kognitif (kepuasan hidup) dan emosional (afek positif dan negatif). Seseorang dikatakan memiliki *subjective well-being* yang tinggi ketika mereka merasa puas dan bahagia dengan kehidupannya, baik dari segi emosi, ekonomi, keluarga, maupun sosial, serta munculnya afek positif dan rendahnya afek negatif pada orang tersebut. Afek positif yang dimaksud adalah seperti perasaan senang, bersyukur, dan penuh kasih. Sementara untuk afek negatif yang dimaksud adalah seperti perasaan tidak senang, tidak nyaman, dan ketakutan (Diener et al., 2010).

Untuk mengetahui *subjective well-being* dan *celebrity worship* pada remaja NCTzen maka peneliti melakukan wawancara dengan remaja NCTzen berusia 18 tahun berinisial J pada 27 Juni 2022:

*“Dulu sebelum ada virus corona nih aku suka pergi ke fan-event NCT kak karena disana aku bisa ketemu sama temen-temen dan fangirlingan bareng. Seneng ajasih dapet merch-merch atau printilan-printilan lucu gitu haha. Jujur aku kalo di rumah tuh suka gak betah kak, karena orangtuaku selalu nuntut aku untuk jadi yang nomor satu di sekolah maupun di tempatku les musi. Apalagi papaku suka banget banding-bandingan aku sama anak temennya papaku itu. Orang-orang tuh bilang lama-lama aku gila karena NCT padahal mah sebenarnya kalo gak ada NCT aku bisa gila haha karena mereka tuh apaya jadi sumber kebahagiaanku yang gak aku dapetin dari oranglain kak, mereka suka ngasih kekuatan buat fansnya dan itu berharga banget buat aku. Aku biasanya nyalain notif di IG dan Youtube mereka sih biar gak ketinggalan updatean baru dari mereka haha. Waktu itu juga pas mereka ke indo aku sama temen-temenku nunggu di bandara buat jemput mereka, tapi mereka dilewatin jalur VIP sama petugas bandara, akhirnya aku nyari tau hotel tempat mereka nginep di Jakarta hihi meskipun berujung diusir sama satpamnya sih kak hehe.”*

Dari wawancara singkat dengan remaja putri J tersebut diduga bahwa J mengalami *subjective well-being* yang rendah karena ia merasa belum puas dengan kehidupannya yang berasal dari kedua orangtuanya, hal tersebut berada pada komponen kognitif dalam *subjective well-being*. Sumber ketidakhahagiaan J berasal dari kedua orangtuanya selalu membandingkan-bandingkannya dengan orang lain dan selalu menuntut J untuk menjadi yang terbaik. Oleh karena itu J merasakan kebahagiaan ketika melakukan hal yang berkaitan dengan NCT. *Celebrity worship* yang dimiliki J berada pada level tinggi yaitu pada aspek *borderline pathological* ditandai dengan adanya perilaku ingin melakukan apa saja demi bertemu dengan NCT salah satunya dengan menunggu di bandara yang mana hal tersebut mengganggu ketertiban umum dan J mencari tahu letak hotel tempat NCT menginap ketika berada di Jakarta yang dimana hal tersebut sudah melanggar *privacy* seseorang.

Berbeda dengan remaja putri berinisial C berusia 18 tahun:

*“Aku suka sama NCT ya suka aja sih lebih ke suka dengerin lagu-lagunya aja kalo lagi suntuk sama tugas-tugas, lagunya mereka asik banget apalagi yang ngebeat gitu kayak hot sauce sama boom. Aku sih tim streaming youtube aja dah daripada beli-beli album atau photocard yang mahal gitu. Lingkungan tempat tinggalku menurutku cukup baik ya, gak ada yang suka ngata-ngatain aku kalo lagi ngehype NCT. Ya palingan suka ngobrolin itu sama temen. Ngomongin betapa kerennya pencapaian mereka saat ini sih. Kalo dibilang puas sama hidupku ya puas aja sih kak hehe soalnya papa-mamaku juga orangnya asik-asik aja dan malah kayak temen buatku. Mereka ngedukung aku yang suka di bidang musik dengan ngijinin aku untuk les piano dan biola. Jadi ya aku merasa cukup puas saat ini.”*

Dari hasil wawancara singkat dengan remaja putri C tersebut diduga bahwa C memiliki *subjective well-being* yang tinggi dalam aspek kognitif, ditunjukkan dengan ia merasa puas dengan kehidupan yang dijalannya. dan C memiliki tingkat *celebrity worship* yang rendah dan berada pada tingkatan *entertainment social* ditunjukkan oleh C hanya menjadikan idolanya sebagai hiburan disaat suntuk saja.

Berdasarkan hasil dua wawancara diatas, peneliti menduga bahwa J dan C memiliki tingkat *celebrity worship* yang berbeda. Subjek J mengalami *subjective well-being* yang rendah dan berada pada *celebrity worship* yang tinggi yaitu *borderline pathological*. Sedangkan C yang mengalami *subjective well-being* yang tinggi berada pada tingkat *celebrity worship* yang rendah yaitu pada tingkatan *entertainment social*.

Remaja penggemar NCT yang memiliki *subjective well-being* yang rendah akan mengalami *celebrity worship* yang tinggi dimana merasa bahwa hidup yang dijalannya tidak menyenangkan dan merasa belum puas dengan kehidupannya. Ketidakpuasan tersebut berada pada aspek kognitif. Perasaan belum puas dengan kehidupannya berasal dari masalah sehari-harinya yaitu dari faktor eksternal seperti keluarganya dan faktor internal seperti penyesalan dalam diri dari kejadian masa lalu sehingga biasanya mereka mencari jalan keluar dari masalah kesehariannya dengan memuja selebriti seperti mencari informasi terbaru mengenai idola, membicarakan hal yang terkait idola bersama temannya, menonton video yang diunggah di *social media* idola, hingga menonton konser idola, hal tersebut dilakukan penggemar untuk menghilangkan perasaan tidak menyenangkan dalam diri. Sedangkan jika remaja penggemar NCT memiliki *subjective well-being* yang tinggi akan mengalami *celebrity worship* yang rendah dikarenakan mereka sudah merasa bahagia, dan memiliki rasa cukup, damai dengan kehidupannya karena tidak meraa kesulitan untuk mencari jalan keluar dari permasalahannya.

Pernyataan tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kusumadewi (2021) yang menunjukkan bahwa minat pada selebriti bersamaan ditandai dengan adanya *subjective well-being* yang rendah. Perbedaan dengan penelitian ini adalah subjek penelitian yang peneliti pilih adalah remaja penggemar NCT, karena di dalam penelitian yang telah dilakukan oleh Kusumadewi (2021) tidak ada batasan usia dari penggemar idola *k-pop* yang dipilih oleh peneliti.

Dari penjelasan diatas, dapat dikatakan bahwa remaja penggemar NCT adalah penggemar yang memiliki hubungan parasosial dengan idolanya yang dapat disebut dengan *celebrity worship*. *Celebrity worship* yang tinggi disebabkan oleh ketidakpuasan dalam hidup. Oleh karena itu peneliti ingin mengetahui hubungan *celebrity worship* dengan *subjective well-being* pada peneliti ingin mengetahui hubungan *celebrity worship* dengan *subjective well-being* pada remaja penggemar *boyband Neo Culture Technology* (NCT).

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dipaparkan diatas, masalah penelitian ini adalah “Apakah terdapat hubungan antara *subjective well-being* dengan *celebrity worship* pada remaja penggemar *boyband* NCT?”

## 1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

### 1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan yang signifikan antara *subjective well-being* dengan *celebrity worship* pada remaja penggemar *boyband* NCT di Indonesia.

### 1.3.2 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian tersebut terdapat dua kegunaan dari penelitian ini, yaitu:

#### 1. Manfaat Teoritis

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

#### 2. Manfaat Praktis

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memberikan refleksi bagi para remaja penggemar *boyband* NCT mengenai *subjective well-being* dan *celebrity worship*.