

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini budaya Korea semakin tersebar luas di seluruh penjuru dunia, termasuk di Indonesia (Sarajwati, 2020). Budaya Korea yang banyak masyarakat ketahui meliputi *fashion*, makanan, musik, drama, film, dan K-Pop. K-Pop sendiri merupakan jenis musik Korea atau bisa disebut juga sebagai *Korean Pop* yaitu salah satu budaya Korea yang banyak diikuti masyarakat karena perkembangan teknologi yang memudahkan masyarakat untuk menikmati musik-musik Korea. Di dalam K-Pop terdapat *boy group*, *girl group*, ataupun solo artis. Saat ini banyak sekali *group* K-Pop ataupun penyanyi solo yang terkenal mendunia, seperti EXO, BTS, NCT, BLACKPINK, TWICE, Red Velvet, IU, dan masih banyak lainnya.

Setiap idol K-Pop biasanya mempunyai penggemarnya sendiri-sendiri. Menurut Jenkins (dalam Rohmawatin, 2018) penggemar yaitu individu yang melakukan sebuah pencarian makna atas suatu produk budaya dimana pemaknaan tersebut adalah sebuah tindakan bebas yang melibatkan intelektual dan emosinya. Penggemar sendiri biasanya membentuk suatu kelompok atau biasa disebut *fandom*. *Fandom* bisa diartikan sebagai sekumpulan orang yang mempunyai emosi, tujuan, perasaan dan kesukaan yang sama terhadap artis tertentu (Rohmawatin, 2018).

BTS atau Bangtan Boys merupakan *boyband* asal Korea Selatan yang memulai debutnya sejak tahun 2013 dan beranggotakan tujuh orang yaitu RM, Jin, Suga, J-Hope, Jimin, V dan Jungkook. BTS saat ini merupakan *boyband* K-Pop terbesar karena popularitasnya yang mendunia (Mihardja & Paramita, 2019). BTS juga mendapatkan berbagai penghargaan, menduduki chart nomor satu tangga lagu Billboard, menjadi nominasi Grammy, dan memecahkan Youtube dan Spotify *most stream views*. Berbagai pencapaian yang sudah BTS dapatkan tidak lepas dari dukungan para penggemar yaitu ARMY. ARMY sangat aktif dalam menggemari BTS baik dalam dunia maya maupun dunia nyata (Dewi & Indrawati, 2019).

Dari dua puluh negara dengan penggemar K-Pop paling banyak, Indonesia merupakan negara nomor satu dengan jumlah penggemar K-Pop terbanyak selama dua tahun berturut-turut (Santosa, 2022). Penggemar K-Pop dengan jumlah paling banyak di Indonesia yaitu Penggemar BTS dengan nama *fandom* ARMY (*Adorable Representative MC For Youth*)

(Haidir, 2022). Pada penelitian ini, peneliti menggunakan subjek ARMY Indonesia atau biasa disebut INDOMY karena populasi ARMY terbesar di Asia yaitu ARMY yang berasal dari Indonesia, selain karena karya musiknya, BTS banyak dikenal di Indonesia juga karena adanya kolaborasi antara BTS dengan brand yang cukup besar di Indonesia seperti Tokopedia dan Gojek sehingga banyak masyarakat Indonesia jadi mengenal BTS dan pertumbuhan ARMY jadi berkembang pesat. Data demografi BTS ARMY yang diambil dari laman resmi BTS ARMY sensus menyatakan bahwa dari 562,280 responden dan lebih dari seratus negara 30,30% berusia dibawah 18 tahun, 53,63% berusia 18-29 tahun, 9,31% berusia 30-39 tahun, 4,49% berusia 40-49 tahun, 1,83% berusia 50-60 tahun, 0,43% berusia diatas 60 tahun. Adapula data jumlah responden berdasarkan negara, dimana Indonesia menempatkan pada urutan terbanyak ketiga setelah Mexico dan Peru dengan jumlah responden Indonesia sebanyak 38,452 responden (C, Grover., K.E, 2022)

Berdasarkan sensus, data keseluruhan ARMY yang berada diusia dewasa awal cukup banyak yakni kurang lebih 62,94%, merujuk pada usia perkembangan dewasa awal menurut Erikson yaitu 20 sampai 40 tahun. Sejalan dengan hasil penelitian Boon & Lomore (dalam Dewi & Indrawati, 2019) menunjukkan bahwa 75% individu pada masa dewasa awal cenderung memiliki ketertarikan yang kuat terhadap selebriti dalam kehidupannya, seperti idola pop, bintang film, dan semacamnya.

Menurut Erikson tugas perkembangan dewasa awal yaitu intimasi vs isolasi dimana yang dilakukan dewasa yaitu meninggalkan rumah masa kecil, melanjutkan pendidikan, bekerja, mengembangkan hubungan baru dan intim serta hubungan romantis dan mengembangkan rasa diri yang independen dan mandiri. Intimasi merupakan suatu tugas penting yang harus dilakukan dewasa awal, seperti menjalin hubungan dengan lawan jenis, mempunyai hubungan sosial atau keakraban yang baik dengan lingkungannya. Kebutuhan untuk membentuk hubungan yang kuat, stabil, dekat dan saling mengasihi adalah motivator penuh kekuatan bagi perilaku manusia. Jika dewasa awal tidak mempunyai keintiman dengan siapapun, maka akan terjadi isolasi dimana menyebabkan kemurungan, menutup diri hingga adanya perasaan *loneliness* (Papalia, 2015). Kenyataannya pada usia dewasa awal masih banyak individu yang melakukan perilaku pengidolaan.

Dalam menjalin hubungan antara idola dan penggemar, penggemar BTS dikenal cukup ekstrem dalam mengekspresikan perasaan suka kepada idolanya. Mereka selalu mengikuti perkembangan idolanya, tidak hanya perkembangan musiknya saja, tetapi juga mengikuti perkembangan

kehidupan pribadi yang dijalani oleh idolanya. Mereka akan menyanjung setiap idolanya merilis lagu, melakukan *performance*, bahkan saat idolanya mengunggah foto atau tulisan di media sosial. Penggemar berlomba-lomba mendukung ketika idolanya mendapatkan nominasi pada suatu acara *award*. Bahkan penggemar akan menjadi pembela ketika idola melakukan kesalahan atau terlibat dalam suatu konflik atau bisa disebut sebagai *fan war*. Sebagian penggemar merasa memiliki hubungan khayalan dengan idolanya, mereka mau melakukan berbagai hal demi idola. Penggemar melibatkan dirinya secara mendalam dengan kehidupan idolanya dan melakukan segala aktivitas untuk memenuhi hasrat mereka sebagai penggemar. Penggemar rela mengeluarkan uang puluhan juta rupiah untuk menonton konser BTS berkali-kali bahkan sampai ke luar negeri. Terkadang perasaan cinta yang diberikan penggemar kepada idolanya menjadi berlebihan sehingga mengakibatkan pemujaan pada idolanya dan membuat penggemar membentuk perasaan ingin memiliki hubungan, koneksi dan kedekatan secara intim dengan idolanya (Fatimah, Noviekayati & Rina, 2021).

Seperti hal yang dialami oleh Tiara, dalam Fadhilah (2022) Tiara menceritakan bahwa Tiara merupakan seorang Ibu dengan dua orang anak yang bekerja *full time* tapi masih sangat aktif menggemari BTS. Tiara menceritakan kehidupannya sebagai ARMY melalui podcast di *platform* Youtube dan Noice. Tiara sudah sembilan kali menonton konser BTS dan tiga kali mengikuti *fanmeeting* BTS dan hampir semuanya dilakukan di luar negeri. Uang yang dikeluarkan untuk membayar satu tiket konser mencapai 40 sampai 50 juta rupiah yang didapatkan melalui makelar tiket konser. Tiara memiliki seluruh koleksi album BTS dari yang pertama hingga yang terakhir dan juga memiliki *merchandise* lainnya. Tiara juga pernah memberi donasi kepada sebuah *foundation* Yayasan kanker atas nama member BTS. Tiara juga sering membeli pakaian yang sama dengan yang dipakai member BTS dan juga sering melakukan solo *trip* mengunjungi tempat yang pernah BTS datangi. Tiara bahkan pernah datang ke konser BTS di luar negeri dengan keadaan hamil sampai menyebabkan pendarahan saat selesai konser, namun Tiara tidak jera karena Tiara tetap mendatangi konser lagi saat usia kandungannya lima bulan di Korea, Tiara mengatakan walaupun badannya sakit dan pegal karena konser dalam keadaan hamil, tapi saat melihat member BTS perasaan sakitnya hilang. Tiara juga mengatakan bahwa ia terus bekerja sampai tidak ada waktu istirahat karena takut BTS tiba-tiba melakukan konser dan ia tidak bisa datang karena tidak ada persiapan.

Perilaku penggemar yang sudah dijabarkan di atas dapat disebut dengan *celebrity worship*. Menurut Lynn, Lange dan Houran (dalam Wayan, Ayu & Astiti, 2020) *Celebrity worship* yaitu suatu kondisi dimana individu menjadi terobsesi kepada seseorang atau beberapa selebriti serta menjadi tertarik dengan kehidupan pribadi selebriti tersebut. Menurut Maltby, Day, McCutcheon, Houran & Ashe, (2006) *celebrity worship* merupakan sebuah bentuk perilaku yang bersifat satu arah yang dimiliki seorang penggemar, dimana penggemar selalu berusaha terlibat dalam kehidupan sehari-hari idolanya (Adiesia & Sofia, 2021).

Terdapat beberapa tingkatan dalam *celebrity worship* menurut Maltby yaitu *entertainment social* dimana penggemar tertarik dengan kehidupan idolanya sehingga mereka sering membicarakan idolanya dan mencari informasi mengenai idolanya melalui media sosial, *intense personal feeling* dimana penggemar mempunyai empati yang mendalam kepada idolanya dan melakukan imitasi terhadap apa yang idolanya lakukan, dan *Borderline-pathological Tendency* dimana penggemar memiliki fantasi tidak terkontrol terhadap idolanya dan menjadi obsesi terhadap idolanya (Wayan et al., 2020). Tingkatan pertama dalam *celebrity worship* yaitu *entertainment social* merupakan tingkat rendah dimana pada tingkatan ini memiliki sedikit persentase untuk berkembang pada tingkatan selanjutnya, tingkatan ini menunjukkan sedikit patologi seperti *extraversion* tapi tidak menunjukkan narsisme. Tingkatan kedua yaitu *intense personal feeling* dimana pada tingkatan ini cenderung berkembang menjadi tingkatan ketiga yaitu *borderline pathological* dimana kedua tingkatan tersebut merupakan tingkat *celebrity worship* tinggi karena lebih *problematic* dan rentan terhadap narsisme (McCutcheon, Gillen, Browne, Murtagh & Collison, 2016).

Pada umumnya perilaku *celebrity worship* biasa memuncak pada masa remaja dan seiring beranjak dewasa akan semakin memudar. Namun penelitian yang dilakukan oleh Cahyani dan Purnamasari (dalam Azzahra & Ariana, 2021) menyatakan bahwa pada realitanya masih banyak individu dewasa awal yang masih melakukan pemujaan terhadap selebriti tertentu yang diidolakan dan bahkan menjadikan mereka sebagai seorang panutan dalam berbagai hal. Salah satu faktor yang diduga menyebabkan perilaku *celebrity worship* pada dewasa awal yaitu perasaan *loneliness* atau bisa disebut juga dengan *loneliness* (Fatimah et al., 2021). Karena menurut Erikson pada usia dewasa awal akan muncul konflik antara keintiman vs keterasingan atau kesendirian (Wade et al., 2014) sehingga jika individu tidak mencapai tugas perkembangannya yaitu keintiman maka akan merasakan *loneliness*.

Menurut Russel (dalam Darmawan & Halimah, 2021) *loneliness* yaitu perasaan subjektif yang disebabkan oleh perubahan drastis dalam kehidupan sosial individu yang mana tidak adanya keekatan atau keintiman dalam suatu hubungan. Weiss (dalam Halim & Dariyo, 2016) mengatakan bahwa *loneliness* yaitu suatu keadaan dimana keadaan tersebut bukan disebabkan karena seseorang sedang sendiri, tetapi karena kurangnya hubungan atau rangkaian hubungan yang dibutuhkan. Hawkley & Cacioppo (dalam Garvin, 2019) mengatakan bahwa *loneliness* merupakan kondisi yang umum dialami, dan 40% individu usia dewasa melaporkan pernah mengalami *loneliness*.

Menurut Asche dan McCutcheon (2001) terdapat korelasi antara *loneliness* dan *celebrity worship*, dimana individu yang *loneliness* lebih tertarik pada hubungan parasosial (Aufa, Mar'at & Tiatri, 2019). Menurut Rusell (1996) ada tiga aspek dalam *loneliness*, yaitu *trait loneliness* merupakan seseorang yang mengalami *loneliness* akibat kepribadiannya yang mempunyai kepercayaan yang rendah dan takut dengan orang yang tidak dikenal, *social desirability* merupakan *loneliness* yang disebabkan oleh seseorang yang ingin memiliki kehidupan sosial tetapi tidak mendapatkannya didalam lingkungannya, dan *depression loneliness* merupakan adanya perasaan negatif yang muncul pada dirinya yaitu sedih, kurang adanya semangat, perasaan kurang berharga, dan memikirkan kegagalan yang dirasakan dan sedih hati (Destiyani & Coralian, 2020).

Individu dengan *loneliness* tinggi cenderung merasa tidak ada yang memahami perasaannya, tidak percaya dengan orang di sekitarnya, takut dengan lingkungan baru, menarik diri dari lingkungan sosial sehingga jarang memiliki hubungan dengan keluarga, teman, tetangga, rekan kerja, dan kerabat lainnya. Sehingga individu yang mengalami *loneliness* cenderung menghabiskan waktunya dengan hal-hal yang ia sukai seperti melihat artis atau selebriti kesukaannya. Individu dengan *loneliness* rendah cenderung mempunyai banyak jaringan sosial, mereka mampu mengungkapkan perasaan dan emosinya dengan nyaman kepada orang disekitarnya. Individu dengan *loneliness* rendah cenderung banyak menghabiskan waktunya dengan orang-orang di sekitarnya seperti teman, keluarga, organisasi atau kerabat lainnya.

Hal tersebut diperkuat dengan wawancara singkat yang dilakukan oleh peneliti pada 15 Mei 2022 dengan penggemar BTS ARMY berusia dewasa awal mengenai perasaan *loneliness* yang mereka rasakan dan mengenai perilaku *celebrity worship* yang mereka lakukan dengan idolanya. Seperti A seorang perempuan berusia 22 tahun.

“gua suka BTS dari dulu, udah ngikutin lagu-lagunya tapi masih biasa aja gitu cuma ngikutin lagunya aja. Saat itu gua punya pacar, tapi hubungan gua sama temen-temen gua ga baik gara-gara pacar gua suka larang-larang gua sama temen. Nah di saat gua berantem sama pacar gua, gua jadi gaada temen dan pacar sekaligus, gua jadi merasa gua tuh gapunya lagi gitu kehidupan sosial kaya temen-temen yang lain, gua pengen curhat tentang masalah sehari-haripun jadi gaada tempat yang bisa gua jadiin tempat curhat. Saat-saat kaya gitu gua merasa BTS bisa jadi temen baik gua tanpa judgement, gua merasa ngikutin perkembangan BTS dan mahamin makna lagu-lagunya tuh bikin gua happy, gua jadi ngikutin sosmednya, nontonin variety shownya, cari tau tentang perjalanan mereka, juga kalo gua denger lagunya gua ngerasa dekat banget apalagi ada salah satu lagu yang bikin gua ngerasa dekat banget sama Taehyung, gua ngerasa aneh sih sama perasaan ini gua tau Taehyung itu mustahil tapi gua cinta banget sama dia sampe gua tuh kaya gapercaya sama cowo di real life gua lagi, gua juga takut sama perasaan gua sendiri. Gua juga jadi suka koleksi photocardnya, beli semua albumnya, terus beli barang-barang yang dipake member BTS, gua rela deh pokoknya nabung terus irit-irit jajan demi beli merch bangtan”

Dari pernyataan A di atas, dapat disimpulkan A berada pada tingkat *celebrity worship borderline pathological* dimana A memiliki perasaan yang mandalam dan tidak terkontrol terhadap idolanya dimana A mencari segala informasi terkait idolanya, merasa sangat dekat dengan idolanya dan sangat mencintai idolanya sampai tidak lagi percaya dengan laki-laki di kehidupan yang sebenarnya, A juga rela mengeluarkan uang banyak untuk idolanya, hal tersebut A lakukan karena A mengalami *loneliness social desirability* dimana A tidak mendapatkan kehidupan sosial yang A inginkan dalam lingkungannya.

Adapula pernyataan yang diberikan oleh D, perempuan 23 tahun penggemar BTS ARMY.

“aku liat salah satu temenku tuh suka BTS terus aku kepoin sendiri ternyata aku juga suka aku jadi nyaman banget kepoin BTS, jadi follow sosmednya terus nontonin kontennya, dengerin lagu-lagunya juga, jadi ngikutin BTS tuh lumayan menghibur juga bisa bikin ketawa, aku juga jadi sering banget ngomongin BTS kalo lagi kumpul sama temen-temen, seneng gitu kalo ngomongin BTS kaya happy banget nghype bangtan barengan temen-temen”

Dari pernyataan D di atas dapat disimpulkan D berada pada tingkat *celebrity worship entertainment social* dimana D mencari informasi seputar idolanya di sosial media dan membicarakan idolanya dengan teman-temannya, berbeda dengan A, D diduga mengalami *loneliness* yang lebih rendah, dimana D masih mempunyai teman, menyukai BTS karena temannya dan melakukan perilaku *celebrity worship* dengan teman-temannya

Dari hasil wawancara di atas, terlihat A dan D memiliki tingkat *celebrity worship* dan *loneliness* yang berbeda. Dimana A diduga mengalami *loneliness* tinggi dan diduga berada pada tingkat *celebrity worship* yang tinggi juga yaitu *borderline pathological*. D yang diduga mengalami *loneliness* yang lebih rendah daripada A diduga berada pada tingkat *celebrity worship* yang lebih rendah pula yaitu *entertainment social*.

ARMY yang mengalami *loneliness* tinggi merasa tidak memiliki kelekatan emosional dengan orang-orang disekitarnya, merasa takut dan kurang percaya dengan orang disekitarnya, mengalami perasaan negatif seperti sedih, kurang bersemangat, merasa kurang berharga atau bahkan kurang memiliki jaringan sosial sehingga tidak memiliki teman atau kerabat. Sehingga ARMY yang mengalami *loneliness* tinggi dalam kehidupannya tidak hanya menikmati musik yang BTS berikan sebagai musisi, tetapi mereka cenderung menampilkan perilaku *celebrity worship borderline pathological* seperti memperdalam keingintahuannya dengan BTS sampai kepada kehidupan pribadinya. Mereka menghabiskan banyak waktunya dengan menyimak konten, informasi atau media sosial BTS. Mereka akan terus mengikuti *update* informasi mengenai BTS setiap hari. Mereka rela menghabiskan banyak uang untuk membeli *merchandise* BTS dan membeli tiket konser BTS. Mereka bahkan menganggap BTS sebagai teman dekat atau calon pasangannya di masa depan. Perasaan dekat dengan BTS yang mereka rasakan bahkan menyebabkan mereka mempunyai rasa empati yang besar terhadap BTS.

ARMY yang mengalami *loneliness* rendah mempunyai figur lekat secara emosional sehingga mereka mempunyai tempat untuk membagi pikiran, perasaan dan emosinya kepada figur tersebut, seperti pada teman ataupun keluarga. Sehingga ARMY yang mengalami *loneliness* rendah cenderung menampilkan perilaku *celebrity worship* yang lebih ringan seperti menikmati musik-musik yang BTS berikan, mereka mengikuti perkembangan BTS hanya pada perkembangan musiknya saja, dimana mereka menyukai BTS hanya sebatas menyukai karya yang BTS ciptakan.

Mereka cenderung fokus dengan kehidupan pribadinya dan dengan lingkungan sosialnya, mereka biasanya mempunyai banyak teman dan mempunyai pasangan.

Dari uraian di atas maka peneliti ingin mengetahui hubungan antara *loneliness* dan perilaku *celebrity worship* pada penggemar BTS ARMY usia dewasa awal di Indonesia. Didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Malahayati (2018) yang meneliti hubungan antara *loneliness* dan *celebrity worship* pada penggemar k-pop dewasa awal yang menunjukkan bahwa adanya hubungan antara *loneliness* dan *celebrity worship* pada taraf yang cukup kuat. Penelitian selanjutnya menyatakan bahwa adanya hubungan yang positif antara *loneliness* dengan *celebrity worship* (Aufa et al., 2019). Dimana semakin tinggi *loneliness* maka akan semakin tinggi juga tingkat *celebrity worship*. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu subjek penelitian ini adalah penggemar BTS ARMY.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang sudah dijelaskan di atas, maka dirumuskan masalah di dalam penelitian ini, yaitu “apakah terdapat hubungan antara *loneliness* dan perilaku *celebrity worship* pada penggemar BTS ARMY dewasa awal?”.

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah dipaparkan, maka tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui hubungan antara *loneliness* dan perilaku *celebrity worship* pada penggemar BTS ARMY dewasa awal.

1.3.2 Manfaat Penelitian

- 1) Manfaat teoritis penelitian ini yaitu diharapkan hasil penelitian ini bisa berguna untuk penelitian selanjutnya mengenai *loneliness* dan perilaku *celebrity worship*, sehingga dapat memberikan sumbangan untuk mengembangkan ilmu Psikologi Perkembangan dan Psikologi Sosial.
- 2) Manfaat praktis penelitian ini yaitu diharapkan dapat memberikan masukan atau informasi pengetahuan kepada penggemar BTS ARMY maupun masyarakat umum.