

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Santrock (2011) menyatakan bahwa masa dewasa awal adalah masa transisi dari sekolah menengah ke perguruan tinggi. Transisi dari sekolah menengah atas ke perguruan tinggi menyebabkan perubahan dan stres, dimana individu yang awalnya sebagai senior di sekolah menengah atas menjadi anak baru di kampus mengulang fenomena *top-dog*, yakni individu yang tadinya termasuk dalam kelompok siswa paling tua dan berkuasa menjadi kelompok siswa yang paling muda dan lemah yang sudah terjadi sebelumnya ketika masa kedewasaan dimulai (Santrock, 2011). Bagi banyak siswa, transisi dari sekolah menengah atas ke perguruan tinggi melibatkan pergerakan ke arah struktur yang lebih besar dan impersonal; interaksi dengan teman-teman dari latar belakang geografis dan etnis yang lebih beragam; dan peningkatan fokus terhadap pencapaian beserta asesmennya. Mahasiswa lebih merasa dewasa, memiliki banyak pilihan terhadap mata kuliah yang ingin diambil, memiliki lebih banyak waktu untuk bergaul dengan teman-teman, punya kesempatan yang lebih besar untuk mengeksplorasi nilai dan gaya hidup yang beragam, menikmati kebebasan yang lebih besar dari pantauan orang tua, dan tertantang secara intelektual oleh tugas-tugas akademis (Santrock, 2011).

Masa dewasa awal adalah masanya bekerja dan jatuh cinta, terkadang hanya menyisakan sedikit untuk hal-hal lainnya (Santrock, 2011). Peralihan dari ketergantungan ke mandiri baik dari ekonomi, kebebasan menentukan diri, dan pandangan masa depan lebih realistis. Menurut (Santrock, 2011), bahwa masa dewasa awal adalah istilah yang kini digunakan untuk menunjuk masa transisi dari remaja menuju dewasa. Rentang usia ini berkisar antara 18 tahun hingga 25 tahun, masa ini ditandai dengan kegiatan bersifat eksperimen dan eksplorasi. Pada titik ini dalam hidup mereka, banyak individu masih mengeksplorasi jalur karier yang mereka ambil, ingin menjadi individu seperti apa, dan gaya hidup seperti apa yang mereka inginkan; hidup melajang, hidup bersama, atau menikah (Santrock, 2011).

Pada saat ini di Indonesia sudah tidak asing lagi dengan fenomena demam Korea yang sering disebut dengan “*Korean Wave*”. *Korean wave* adalah istilah yang diberikan untuk penyebaran budaya populer Korea melalui produk-produk hiburan seperti drama, musik, dan *style* (I. P. Putri et al., 2019). Penyebaran budaya pop Korea di Indonesia sendiri dimulai sejak tahun 2002 setelah Piala Dunia Korea Selatan dan Jepang. Acara tersebut diselenggarakan di stasiun televisi Indonesia, kemudian digunakan untuk memperkenalkan drama seri Korea Selatan atau *K-Drama*. Trans TV menjadi stasiun televisi pertama yang menayangkan *K-Drama* berjudul *Mother's Sea* pada 26 Maret 2002. Lalu menyusul Indosiar dengan *Endless Love* pada 1 Juli 2002. Tercatat terdapat sekitar 50 judul drama Korea yang tayang di stasiun TV swasta Indonesia pada tahun 2011 dan terus meningkat setiap tahunnya (I. P. Putri et al., 2019).

Kehadiran *K-Drama* dapat memberikan pengaruh tersendiri di pasar Indonesia, seperti penggunaan serial drama Korea Selatan sebagai acuan pembuatan sinetron. Selain itu juga memunculkan tren budaya populer lainnya, seperti *K-Pop*, gaya berpakaian seperti artis Korea, tata rias, bahkan hingga munculnya tempat makan khas Korea, tempat kursus bahasa, dan toko-toko yang menjual pernak-pernik Korea Selatan (I. P. Putri et al., 2019). Dampak *K-Drama* di Indonesia dapat dilihat dari munculnya komunitas pecinta *K-Drama*, munculnya situs web yang membahas Korea, dan banyaknya acara yang mengundang aktor, penyanyi, dan idola Korea ke Indonesia (I. P. Putri et al., 2019).

K-Pop atau *Korean Pop* adalah jenis musik populer yang berasal dari Korea Selatan yang saat ini digemari banyak orang. *K-Pop* menjadi budaya yang sangat populer di seluruh dunia, termasuk di Indonesia. *K-Pop* sangat populer di kalangan anak-anak, remaja, maupun dewasa. Alasan *K-Pop* banyak digemari karena karya mereka yang menarik dan menginspirasi. *K-Pop* tidak hanya digemari di Korea saja tetapi juga di Indonesia sendiri. *K-Pop* sangat populer juga karena paras idola yang cantik, tampan, dan lucu (Barrang & Zubair, 2023). Karena popularitas dari *K-Pop* inilah penggemar *K-Pop* di Indonesia terus meningkat, yang mengakibatkan munculnya *fanbase K-Pop* di

Indonesia. *Fanbase* adalah sebuah grup yang terdiri dari orang yang menyukai suatu hal yang sama. Semua grup *K-Pop* memiliki penggemar yang berbeda, seperti ARMY, yang merupakan nama untuk penggemar BTS; NCTzen, yang merupakan nama untuk penggemar NCT; dan EXO-L, yang merupakan nama untuk penggemar EXO (Barrang & Zubair, 2023).

Pada penelitian Rena (2020) menemukan bahwa latar belakang terbentuknya komunitas *K-Popers* ini awalnya terbentuk dari sebuah kelompok yang terdiri dari 6 orang yang saling berteman dan memiliki kegemaran yang sama yaitu sama-sama menyukai musik *K-Pop*. Mereka kemudian sepakat untuk membuat komunitas dan membuat berbagai akun di jejaring sosial, seperti *facebook*, *twitter*, dan *blog*, untuk mempromosikan komunitas tersebut dan menarik lebih banyak penggemar *K-Pop* lainnya untuk bergabung (Rena, 2020).

Kemajuan dalam teknologi dan media sosial di zaman modern ini telah memperluas jangkauan dan intensitas *K-Pop*. Idola tidak hanya dianggap sebagai simbol pencapaian industri atau budaya, tapi mereka juga dianggap sebagai tokoh-tokoh yang mempunyai pengaruh besar terhadap pandangan dan gaya hidup penggemarnya. Mereka masuk ke dalam kehidupan sehari-hari penggemar melalui tayangan di TV, konten di media sosial, dan berbagai platform *online* lainnya. Hal ini sesuai dengan hasil survei *GoodStats* yang menyatakan bahwa Indonesia tercatat sebagai negara dengan jumlah penggemar *K-Pop* terbesar di dunia maya pada tahun 2021, berdasarkan laporan *twitter*. Selain menjadi negara dengan jumlah penggemar *K-Pop* terbanyak, Indonesia juga tercatat sebagai negara yang paling banyak membicarakan *K-Pop* di media sosial Twitter. Posisi Indonesia disusul oleh Filipina, Korea Selatan, Thailand, dan Amerika Serikat (Goodstats, 2022).

Tidak sedikit penggemar yang secara terang-terangan menunjukkan kecintaannya kepada sang idola. Banyak dari penggemar yang meluangkan waktunya berjam-jam hanya untuk melihat atau mencari tahu tentang idolanya yang mana bisa berakhir menjadi kecenderungan dan obsesi. Obsesi penggemar *K-Pop* ini disebut dengan *Celebrity worship* (Maltby et al., 2003). *Celebrity worship* adalah bentuk interaksi parasosial yang merupakan

fenomena tidak biasa di mana orang-orang yang identitasnya diyakini masih utuh menjadi terobsesi oleh satu atau lebih selebriti; mirip dengan jenis gangguan delusi erotomanik (Maltby et al., 2003). Delusi erotomanik adalah ketika penggemar menganggap bahwa idolanya mencintainya. Alasan bahwa penggemar tertarik pada idola karena kemampuannya untuk menghibur dan menarik perhatian penggemar (Maltby et al., 2004).

Menurut Maltby et al., (2003) *Celebrity worship* memiliki tiga tingkatan yaitu *entertainment social*, *intense personal feelings*, dan *borderline pathological*. Pada tingkat *entertainment social* biasanya penggemar merasa tertarik untuk mendapatkan informasi mengenai idola yang disukainya melalui media sosial seperti *twitter*, *snapchat*, ataupun *instagram*. Sedangkan pada tingkat *intense personal feelings* yang ditandai dengan perasaan pribadi yang lebih intens, bisa dibilang mencerminkan perasaan intensif dan kompulsif seseorang terhadap selebriti. Dan pada tingkat *borderline pathological*, ditandai dengan penggemar memiliki perilaku dan fantasi tidak terkontrol terhadap idola yang disukai, penggemar kerap berperilaku obsesif terhadap idolanya, juga penggemar rela melakukan apa saja demi idolanya bahkan hingga melakukan tindakan kriminalitas.

Gejala *celebrity worship* yakni mencari skandal idola, mengikuti semua akun idola, berbincang dengan teman mengenai idola, mengetik/menceritakan perihai idola di blog pribadi, berbagi musik dan film idola, berbagi cerita dengan idola di media sosial, men-download musik/video klip/film yang dibintangi idola, menonton ulang musik/video klip/film yang dibintangi idola, mengikuti konser/*fansign*, menangis saat idola sedih, merasa tersakiti saat idola dilecehkan, meniru *style* idola, mengikuti cara bicara idola, mengikuti tarian idola, menganggap idola sebagai kekasih hati, meneror orang yang merebut hati idola, idola hanya miliknya, berteriak histeris saat menonton konser idola, pingsan saat idola terkena musibah, menghabiskan uang untuk membeli *merchandise* idola, nyaman sendiri (*single*) karena idola, idola adalah sumber kebahagiaan, memiliki standar pasangan seperti idola, menyampingkan pekerjaan demi idola, sering terlibat pertengkaran antar *fans* demi membela idola, menjadikan idola sebagai bahan fantasi, menjadi sasaeng terhadap idola,

dinding kamar penuh dengan poster idola, membela idola walaupun idola telah melakukan kesalahan/perilaku buruk, dan menentang semua yang tidak menyukai idolanya (Andriawan et al., 2022).

Memiliki fantasi yang berlebihan terhadap idolanya seperti menganggap idolanya sebagai pacar atau pasangan hidup, adalah salah satu perilaku yang sering dilakukan oleh penggemar. Selain itu, penggemar seolah-olah memiliki hubungan dekat atau memiliki ikatan khusus dengan sang idola misalnya jika idola sedih maka penggemar seakan-akan ikut merasakan kesedihan yang dialami oleh idolanya. Perilaku lain yang biasa muncul pada penggemar adalah penggemar akan marah jika ada yang mengganggu atau menghina sang idola tersebut, penggemar akan berusaha mencari berita-berita terbaru dari sang idola misalnya berita tentang jadwal-jadwal atau kegiatan-kegiatan yang akan diikuti oleh sang idola seperti konser, *syuting*, *comeback* lagu, film atau drama yang diperankan (Maltby et al., 2003).

Perilaku pemujaan idola pada usia remaja memiliki hal yang membedakan dengan pemujaan idola pada usia dewasa awal. Penyebab utamanya adalah karakteristik yang dimiliki antara kedua masa perkembangan tersebut memiliki karakteristik masing-masing yang membedakan antara satu dengan yang lainnya. Diantara perbedaan karakteristik tersebut yaitu remaja yang melakukan pemujaan terhadap idolanya cenderung menggebu-gebu sampai rela menabung hanya demi membeli sesuatu yang berhubungan dengan idolanya, berbeda saat dewasa yang memiliki pandangan lain tentang pengidolaan yang hanya menjadi bagian dari hidupnya dan menjadi hiburan saat ada waktu luang dan jika sedang bosan tanpa melakukan tanggung jawab dan prioritas hidupnya (Shofa, 2017).

Celebrity worship lebih intens pada usia remaja dan intensitas pemujaan akan semakin menurun saat memasuki usia dewasa (Mccutcheon et al., 2002). Maltby et al., (2004) menyatakan bahwa ada kemungkinan pendidikan dapat mempengaruhi *celebrity worship* karena orang-orang dengan tingkat pendidikan yang lebih tinggi mungkin tidak begitu terpicat pada selebriti. Namun fakta di lapangan menunjukkan bahwa berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Adzka Ghaffara & Siti Qodariah (2022)

menunjukkan bahwa dari 101 mahasiswa penggemar Stray Kids di Kota Bandung sebagai partisipan penelitian yang berusia 18-25 tahun ditemukan masih memiliki perilaku *celebrity worship* dengan tingkat yang berbeda dan tingkat terbanyak yakni pada tingkat paling tertinggi yaitu *borderline-pathological* sebanyak 41 orang (40.6%). Santrock (2011) menyatakan bahwa mahasiswa masa kini mengalami stres lebih besar dan merasa lebih depresi dari masa sebelumnya, sesuai dengan studi nasional yang dilakukan oleh Asosiasi Kesehatan Universitas Amerika (2008) terhadap lebih dari 90.000 mahasiswa di 177 kampus mengungkapkan bahwa mereka merasa tidak punya harapan, merasa kewalahan dengan hal-hal yang harus mereka lakukan, mengalami kelelahan mental, sedih, dan merasa depresi. Maltby et al., (2001) menemukan bahwa *celebrity worship* karena alasan pribadi yang kuat berhubungan dengan depresi dan kecemasan. Hal ini mungkin yang menjadi alasan banyaknya mahasiswa yang masih melakukan *celebrity worship* saat usia mereka telah memasuki usia dewasa awal. Pada saat memasuki usia dewasa awal, mahasiswa seharusnya telah menghilangkan perilaku *celebrity worship* dan melaksanakan tugas-tugas perkembangan. Adapun tugas-tugas tersebut antara lain menyelesaikan studi akhir atau dalam hal ini pendidikan di tingkat universitas, memulai karir, tanggung jawab dalam lingkungan sosial, menjalin hubungan yang intim dengan orang terdekatnya yang membutuhkan keterbukaan, kepercayaan dan komitmen sebagai bentuk pencapaian tahapan keintiman versus keterasingan yang jika gagal, penggemar mungkin akan merasakan rasa keterasingan (Santrock, 2011).

Celebrity worship memiliki dampak positif dan dampak negatif bagi penggemar *K-Pop* dewasa awal. Dampak positif dari *celebrity worship* yakni dapat menjadikan seseorang lebih aktif karena motivasi yang diperoleh dari idolanya maupun dari lagu mereka yang mengandung makna mendalam tentang kehidupan, sosok idola juga dapat dijadikan sebagai *role model* yang baik (Shofa, 2017). Sedangkan dampak negatif dari *celebrity worship* adalah orang yang menyukai sosok idolanya akan memiliki kecenderungan untuk menjadi orang yang narsis, selain itu juga akan memiliki harga diri dan

psychological well being yang rendah, dan dapat menjadikan seseorang berdelusi bahwa ia memiliki hubungan spesial dengan idolanya (Shofa, 2017).

Hasil penelitian (Zsila et al., 2018) mengatakan bahwa keinginan akan ketenaran (*desire for fame*) dari 437 partisipan didapatkan hasil $p < .001$. Hal ini menunjukkan terdapat hubungan positif antara *celebrity worship* dan keinginan akan ketenaran, yang mana penggemar menganggap gaya hidup selebriti menarik bagi mereka dan ingin diakui memiliki kecenderungan lebih tinggi untuk memuja selebriti. Sedangkan Aziza & Eryani (2022) menemukan hasil bahwa semakin tinggi *celebrity worship* individu, maka semakin rendah *self-esteem*. Kedua peneliti melakukan penelitian kepada 100 responden dengan nilai signifikan atau Sig. (2-tailed) sebesar 0,496. Karena nilai Sig. (2-tailed) $0,496 > 0,05$, maka artinya tidak ada hubungan yang signifikan antara variabel *celebrity worship* dengan *self-esteem*. Kemudian diperoleh angka koefisien korelasi sebesar $r = -0,690$, artinya tingkat kekuatan hubungan antara *celebrity worship* dengan *self-esteem* berada pada tingkat rendah. Tanda negatif pada koefisien korelasi menunjukkan bahwa hubungan antar variabel bersifat negatif, atau berbanding terbalik. Semakin tinggi *celebrity worship*, maka semakin rendah *self-esteem* dan sebaliknya.

Aini et al., (2019) juga menemukan dampak negatif dari *celebrity worship* lainnya, yakni pada penelitiannya dari 108 subjek terdapat 17 subjek (15,74%) yang mengalami *celebrity worship* ditahap ringan dan seluruhnya memiliki *psychological well-being* yang rendah. Kemudian subjek yang memiliki *celebrity worship* ditahap sedang sejumlah 66 subjek (61,12%) seluruhnya memiliki *psychological well-being* rendah. kemudian pada 25 subjek (23,14%) yang memiliki *celebrity worship* ditahap berat, seluruhnya memiliki *psychological well-being* rendah. Berdasarkan data yang diperoleh, ditemukan bahwa seluruh anggota dewasa awal yang mengalami *celebrity worship* di komunitas EXO L Bandung memiliki *psychological well-being* yang rendah. Artinya, para penggemar tersebut tidak mampu menerima dirinya sepenuhnya, baik masa kini maupun masa lalu, tidak mampu menjalin hubungan yang hangat dan positif dengan orang lain, tidak mampu menentukan sendiri nomor takdirnya. tidak bergantung pada orang lain, tidak mampu

mengendalikan kondisi lingkungan sekitar, tanpa tujuan hidup yang jelas dan kurang berkembang.

Peran perawat sebagai edukator dalam hal *celebrity worship* yakni dapat memberikan edukasi dan membantu meningkatkan kesadaran tentang dampak negatif dari *celebrity worship*. Perawat juga sebagai pemberi asuhan keperawatan bisa merekomendasikan aktivitas yang positif dan bermanfaat sebagai alternatif untuk menghabiskan waktu dengan obsesif terhadap idola.

Peneliti melakukan studi pendahuluan terhadap 21 mahasiswa Universitas Bhakti Kencana pada tanggal 12 Juli 2024 untuk mencari tahu adakah gejala *celebrity worship* pada mahasiswa *K-Popers*. Dari studi pendahuluan, peneliti mendapatkan data bahwa dari 21 mahasiswa *K-Popers* 20 diantaranya perempuan dan 1 laki-laki, 5 mahasiswa mengatakan bahwa mereka suka mencari skandal dari idola favoritnya, 11 mahasiswa merasa sedih jika idola favoritnya sedih, 18 mahasiswa merasa tersakiti jika idolanya dilecehkan, 8 mahasiswa suka mengikuti *style* idolanya, 14 mahasiswa menganggap idola favoritnya sebagai kekasih hati, 5 mahasiswa menyatakan bahwa idola favoritnya hanya miliknya, 9 mahasiswa merasa nyaman sendiri (*single*) karena idola favoritnya, 15 mahasiswa menganggap idola sebagai sumber kebahagiaannya, 13 mahasiswa memiliki standar pasangan seperti idolanya, 3 mahasiswa menyatakan bisa menyampingkan pekerjaannya demi idolanya, 4 mahasiswa menyatakan akan tetap membela idola favoritnya walaupun sang idola telah melakukan kesalahan/perilaku buruk, 6 mahasiswa menjadikan idolanya sebagai bahan fantasi, dan 3 mahasiswa menyatakan ingin mengikuti kemanapun idolanya pergi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang sudah dijelaskan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana gambaran *celebrity worship* pada *K-Popers* dewasa awal di Universitas Bhakti Kencana Bandung?

1.3 Tujuan

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran secara lengkap mengenai *celebrity worship* yang dilakukan oleh *K-Popers* dewasa awal di Universitas Bhakti Kencana Bandung.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah literatur pengetahuan tentang *celebrity worship* dan hubungannya dengan keperawatan jiwa

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu individu khususnya mahasiswa penggemar *K-Pop* memahami lebih dalam tentang dampak negatif dari ketertarikan mereka terhadap idola, dapat meningkatkan kesadaran diri dan membantu mereka mengevaluasi sejauh mana ketertarikan mereka terhadap idola memengaruhi hidup mereka.

1.5 Batasan Masalah

Adapun pembatasan masalah yang akan digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut :

1. *Celebrity worship* yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu obsesi berlebih terhadap idola
2. *K-Popers* yang dimaksud dalam penelitian ini adalah penggemar yang tergabung dalam kelompok *Korean Pop* di Universitas Bhakti Kencana
3. Mahasiswa yang dimaksud dalam penelitian ini adalah penggemar yang berusia dewasa awal yakni yang berusia 18-25 tahun
4. Penelitian ini termasuk ke dalam penelitian stase keperawatan jiwa
5. Metode penelitian yang dipakai adalah kuantitatif deskriptif