

BAB I

PENDAHULUAN

Bab ini merupakan awal dari hal yang mendasari penelitian yang dimulai dari latar belakang penelitian, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian.

A. Latar Belakang

Fenomena *Korean Pop* yang kemudian disebut K-Pop telah memberikan dampak besar bagi dunia. Dampak ini semakin meluas semenjak BTS (*Bangtan-Sonyeondan*) mulai dikenal di dunia internasional dengan diikutsertakan dalam nominasi dan menjadi penampil sejak tahun 2019 sampai dengan 2022 pada *Grammy Awards*, sebuah penghargaan bergengsi yang menjadi acuan keberhasilan di dunia musik yang diberikan oleh *National Academy of Recording Art and Sciences*. Setelah pencapaian BTS tersebut, banyak lagu dari grup K-Pop lain yang masuk dalam *Billboard's Hot 100*, tangga lagu yang memuat 100 lagu terlaris di Amerika Serikat. Seiring berkembangnya K-Pop di dunia ini, jumlah pengikut K-Pop di Indonesia pun mengalami peningkatan. Didukung oleh kurva pertumbuhan percakapan di Twitter (Jeong, 2021) mengenai K-Pop yang menunjukkan terdapat peningkatan sebesar 1.4 milyar, menjadi 7.5 miliar *tweet* pada tahun 2021. Indonesia pun menjadi negara pertama dengan volume cuitan K-Pop tertinggi di dunia. Data tersebut menunjukkan bahwa minat masyarakat Indonesia terhadap K-Pop sangatlah besar.

Minat masyarakat yang tinggi terhadap K-Pop difasilitasi oleh agensi atau label mereka, salah satunya menyediakan platform untuk berinteraksi dengan para penggemar. Platform seperti *Weverse*, *Bubble*, atau *Lysn* didesain dengan tujuan memudahkan terciptanya interaksi antara penggemar K-Pop di seluruh dunia dengan idola mereka. Interaksi tersebut didukung dengan tersedianya fitur *live streaming* atau *chatting*, pada setiap

platform. Dampak dari hal tersebut membuat penggemar dapat mengetahui segala informasi terkait idolanya hingga akhirnya mereka merasa memiliki hubungan yang dekat dengan sang idola. Konsumsi media oleh penggemar ini dianggap sebagai interaksi parasosial yang dapat menyebabkan *parasocial relationship* (Mustafa & Halimah, 2018).

Parasocial relationship adalah hubungan yang diimajinasikan antara penggemar dengan sosok yang diidolakan dan bersifat satu arah, yakni penggemar kepada idolanya (Darfiyanti & Putra, 2012). Menurut Dibble, Hartmann, dan Rosaen (2016) interaksi parasosial mengacu pada rasa kesadaran timbal balik palsu yang hanya dapat terjadi selama melihat media satu arah tersebut. Adapun *parasocial relationship* mengacu pada hubungan jangka panjang yang mungkin mulai berkembang selama menonton, tetapi juga meluas di luar interaksi paparan media. Dengan kata lain, *parasocial relationship* masih dapat tetap berkembang tanpa adanya interaksi parasosial.

Horton dan Wohl (1956) menyebutkan fenomena parasosial adalah normal dan sehat. Namun, fenomena parasosial dapat dianggap berbahaya apabila penggemar semakin jauh dengan lingkungan sosial yang sebenarnya atau menjadi bergantung dengan media yang sedang mereka nikmati (Theran, Emily & Gleason, 2017). *Parasocial relationship* ini juga dapat berkembang menjadi pemujaan terhadap idolanya (Astagini dkk., 2017). Menurut McCutcheon, dkk (2002), fenomena pemujaan idola ini terjadi ketika penggemar menjadi terobsesi pada satu atau beberapa selebriti. Contohnya seperti fenomena tidak pantas yang mana lagu berjudul 'Maria' milik Hwasa digunakan sebagai konten *sexualizing* terhadap idola mereka. Video tersebut berisi hasil suntingan yang divisualisasikan dalam bentuk bayangan penggemar dengan idolanya yang seolah-olah melakukan adegan dewasa bersama.

Pada dasarnya, kegiatan pengidolaan oleh penggemar dapat berpengaruh positif apabila dilakukan dalam intensitas yang tepat (Jamilah, 2020). Pengidolaan yang positif dapat dilakukan apabila

seseorang memiliki *self control* yang baik. Jika remaja memiliki kemampuan mengontrol diri yang baik, maka ia akan berpikir lebih logis apakah tindakannya dapat menimbulkan resiko bagi dirinya atau tidak (Aroma & Suminar, 2012). Di sisi lain, Marsela dan Supriatna (2019) menegaskan bahwa kurangnya *self control* dapat berakibat pada sulitnya mengatur perilaku dan ketidakmampuan menentukan tindakan apa yang harus dilakukan, sehingga akan menimbulkan sifat agresif. Sejalan dengan fungsi dari *self control*, yakni membatasi individu untuk berperilaku negatif (Messina & Messina, dalam Gunarsa, 2009). Berdasarkan fungsi tersebut, *self control* dapat membantu menjaga intensitas pengidolaan agar tidak membawa ke arah pemujaan idola.

Self control juga dapat diartikan sebagai aktivitas mengendalikan perilaku. Sabrina (2019) juga menunjukkan bahwa apabila *self control* tinggi, *parasocial interaction* tidak akan berkembang menjadi hubungan yang buruk atau berlebihan. Apabila penggemar memiliki *self control* yang buruk, maka hubungan ini akan menyebabkan sikap obsesif mendalam terhadap idolanya. Terlebih lagi penggemar K-Pop yang mayoritas berada pada usia remaja dikenal sebagai penggemar yang berlebihan, histeris, obsesif, adiktif dan konsumtif (Tartila, 2014). Oleh karena itu, mereka perlu memiliki *self control* yang baik agar *parasocial relationship* tidak membawa dampak negatif bagi mereka.

Penelitian terdahulu yang mengkaji hubungan terkait *self control* dengan *parasocial relationship* belum banyak dilakukan. Horton dan Wohl sebagai pencetus di tahun 1956, hanya menyebutkan parasosial terjadi lewat televisi, yang mana akan cukup berbeda dengan kondisi saat ini. Sebagaimana yang telah dijelaskan di atas, media sosial dapat membantu memperkuat *parasocial relationship*, sehingga hal ini menjadi kajian baru yang dapat menjadi perbedaan dengan penelitian terdahulu. Pada kesempatan kali ini, peneliti akan memfokuskan subjek penelitian pada remaja, sebab penggemar K-Pop di Indonesia didominasi oleh kalangan remaja (Triadanti, 2019). Selain itu, menurut Maltby, dkk (2006)

remaja sedang berada pada puncak mengagumi seorang selebriti. Dilihat dari masa perkembangan remaja pun, remaja akan mencari model untuk ditiru dan dijadikan sosok ideal bagi mereka (Stever, 2019). Berdasarkan hal tersebut, peneliti memilih remaja sebagai subjek penelitian dengan rentang usia 12-22 tahun agar terlihat dinamika tiap kelompok usianya.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah penelitian ini ialah apakah terdapat hubungan *self control* dengan *parasocial relationship* pada remaja penggemar K-pop.

C. Tujuan

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah *self control* memiliki korelasi dengan *parasocial relationship* pada remaja penggemar K-Pop.

D. Manfaat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat pada pihak-pihak yang membutuhkan, baik secara teoritis maupun praktis.

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat ikut berkontribusi dan memperkaya pengetahuan dalam keilmuan psikologi, khususnya di bidang psikologi sosial. Diharapkan pula bermanfaat menjadi referensi atau data tambahan yang dapat digunakan bagi penelitian terkait lebih lanjut terutama yang berkaitan dengan *self control* dengan *parasocial relationship* pada penggemar K-Pop.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran psikologis untuk dimanfaatkan bagi individu yang merupakan penggemar dari artis K-Pop maupun dari suatu komunitas penggemar K-Pop. Diharapkan juga dapat dimanfaatkan oleh semua kalangan, termasuk psikolog, guru di sekolah, maupun orang tua untuk dapat senantiasa memberikan perhatian dan arahan kepada remaja

penggemar K-Pop untuk dapat mengontrol diri agar intensitas pemujaan idola yang dilakukan tak berlebihan.