

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Musik Pop Korea atau dapat disebut sebagai “K-Pop” adalah genre yang didominasi oleh gaya suara, tarian, dan cerita yang unik. K-Pop terus mengembangkan kreativitas untuk menjangkau fans di seluruh dunia (Kim et al., 2021). Hasil survei Twitter menunjukkan bahwa K-Pop telah menjadi salah satu topik pembahasan yang mendominasi di Twitter. Tercatat dari 1 Juli 2020 hingga 30 Juni 2021, terhitung sekitar 7,5 miliar *tweets* yang berhubungan dengan K-Pop. Jumlah tersebut memecahkan rekor tahun sebelumnya yang berjumlah 6,1 miliar *tweets*. Sejak 2010 hingga 2021, rata-rata kenaikan jumlah *tweet* tentang K-Pop mencapai 131 persen per tahun (data.tempo, 2021). Indonesia sendiri menempati posisi pertama dengan penggemar K-Pop terbanyak di Twitter selama tahun 2020-2021 mengalahkan beberapa negara lain seperti Jepang, Korea Selatan, Filipina, Amerika Serikat (Databoks, 2021).

Hal ini membuktikan bahwa penyebaran K-Pop yang meluas melalui berbagai platform berhasil membuat artis K-Pop sering menduduki peringkat teratas sebagai *trending topic* dunia di Twitter dan video musik mereka sering menjadi video yang paling banyak dilihat di YouTube (Jung & Shim, 2013). Hasil survei infografis yang dilakukan Jajak Pendapat Indonesia menunjukkan bahwa terdapat 74.15% penggemar K-Pop di Indonesia yang memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk memenuhi kebutuhan informasi dan kepuasan mereka terhadap idol kesukaannya. Kemudian, terdapat 64.06% penggemar selebriti K-Pop di Indonesia yang menghabiskan waktu 1-6 jam dalam sehari untuk memenuhi kebutuhan informasi ataupun untuk berinteraksi dengan idol yang mereka ikuti di media sosial (Azizah, 2018). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa penggemar K-Pop Indonesia merasa senang mengetahui dan mengikuti hal-hal yang berbau K-Pop di media sosial.

Sejumlah penggemar K-Pop dari hasil riset menyebutkan alasan mereka menyukai *idol* K-Pop adalah karena *idol visual*, *idol stage performance*, *idol music*, dan *idol attitude* (Dewi & Indrawati, 2019). Alasan ini diperkuat oleh hasil penelitian lainnya yang menunjukkan bahwa seorang selebriti atau artis akan semakin dikagumi jika memiliki bakat, penampilan yang menarik, dan pencapaian yang besar (Cheung & Yue, 2019). Hal inilah yang kemudian membuat penggemar tertarik untuk mencari tau lebih dalam tentang segala hal yang berkaitan dengan idol kesukaannya meskipun nyatanya penggemar tidak pernah bertemu dengan sosok idol yang disukainya.

Menjadi seorang penggemar K-Pop merupakan salah satu fase peristiwa dalam kehidupan penggemar. Peristiwa hidup (*life event*) yang terjadi pada individu turut menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kondisi *subjective well-being* individu. *Subjective well-being* merupakan penilaian sejauh mana seseorang percaya atau merasa hidupnya berjalan dengan baik (Diener, 2000). *Subjective well-being* terdiri dari *life satisfaction* dan *affect* (Diener, 1984). Hasil penelitian milik Suh et al. (1996) menyatakan bahwa peristiwa hidup (*life event*) yang dialami individu dapat memengaruhi *subjective well-being* berdasarkan tingkat keparahan dampak yang dirasakan sesudahnya dan tingkat durasi waktu yang dialami. Contoh peristiwa hidup negatif yang pernah dialami penggemar K-Pop di Indonesia adalah salah satu penggemar bernama D mencoba melakukan tindakan bunuh diri setelah mendapatkan kabar bahwa Jonghyun member Shinee bunuh diri. Melalui akun Twitter nya ia mengabarkan bahwa ia ingin segera menyusul kepergian Jonghyun dan orangtuanya. Usai Twitter tersebut diunggah, D dikabarkan dilarikan ke rumah sakit dalam kondisi kritis. Sementara satu penggemar lainnya mengalami kesedihan yang luar biasa hingga mengalami dehidrasi dan tidak sadarkan diri (Tribunnews, 2017). Salah satu kasus di atas merupakan salah satu berita yang memicu ketakutan dan kekhawatiran penggemar K-Pop.

Selain itu, berita lainnya yang memicu ketakutan dan kekhawatiran penggemar K-Pop adalah adanya pengumuman saat grup K-Pop bubar, saat salah satu anggota grup K-Pop meninggalkan grup, saat idola K-Pop memiliki kekasih, dan saat idola K-Pop mengalami cedera (Prihatiningrum, 2018). Hal ini diperkuat oleh hasil riset

Juwita (2018) yang menyatakan 39% dari responden nya merasa sedih dan kecewa saat idola K-pop nya dikabarkan berpacaran atau menikah, dan sekitar 90% respondennya merasa marah dan tidak terima saat idolanya dihina atau dijelek-jelekan oleh *haters* atau penggemar dari grup lain. Hasil riset dari Benu et al. (2019) juga mengungkapkan bahwa penggemar akan merasa khawatir, sedih, hingga menangis saat idola yang disukai mengalami kejadian-kejadian yang buruk. Dari kasus di atas, dapat disimpulkan bahwa berita terkait idola K-Pop yang negatif dapat mendorong kondisi *subjective well-being* penggemar rendah karena adanya peristiwa atau kejadian yang tidak menyenangkan dan *stressful*.

Contoh peristiwa hidup lainnya yang berkaitan dengan kehidupan penggemar dan turut memengaruhi kondisi *subjective well-being* penggemar K-Pop adalah aktivitas pengidolaan yang berlebihan membuat penggemar memilih untuk mengurung diri di kamar, menolak untuk makan, tidak tidur dengan benar, dan menghabiskan seluruh waktunya di gawai (*gadget*) (Prambors, 2022). Cara individu menginterpretasikan peristiwa ditemukan memengaruhi kondisi *subjective well-being*, sehingga tidak dapat dipungkiri bahwa pola pikir, peristiwa kehidupan, suasana hati, dan fluktuasi dapat memengaruhi cara individu mengevaluasi *subjective well-being* mereka setiap hari (Diener & Ryan, 2009). Untuk mengatasi peristiwa yang tidak menyenangkan dan *stressful* dari selebriti K-Pop, individu perlu mengembangkan strategi yang tepat agar peristiwa negatif pada selebriti K-Pop tidak memengaruhi kehidupan sehari-hari. Selama beberapa dekade penelitian menunjukkan bahwa sejumlah faktor dapat turut berpengaruh terhadap *subjective well-being* seseorang salah satunya adalah *coping strategies* (Folkman et al., 1986).

Coping strategies atau strategi koping merupakan respons seseorang dalam menghadapi tuntutan psikologis dan lingkungan dari peristiwa yang *stressful*. *Coping* terjadi ketika seseorang mengalami peristiwa yang penuh tekanan sehingga terjadi stress (Folkman et al., 1986). *Coping strategies* dapat dibagi menjadi dua tipe yaitu *problem-focused coping* dan *emotion-focused coping*. *Problem-focused coping* merupakan strategi koping yang fokus pada pemecahan masalah atau melakukan sesuatu untuk mengubah sumber stres. *Problem-focused coping* cenderung

mendominasi saat individu merasa bahwa sumber stres dapat diatasi. Sedangkan *emotion-focused coping* merupakan strategi koping yang berfokus pada emosi dalam mengatasi sumber stres. *Emotion-focused coping* cenderung mendominasi saat individu merasa bahwa sumber stres adalah sesuatu yang harus ditanggung (Folkman & Lazarus, 1980). *Coping strategies* memiliki peran yang penting untuk mengubah *affect* dari yang awalnya negatif menjadi positif sehingga individu bisa memperoleh hasil yang memuaskan. Hasil memuaskan yang dimaksud yaitu hasil yang membuat kepuasan individu meningkat. (Lazarus, 1993). *Coping strategies* dapat berdampak pada kondisi emosional seseorang. Individu yang tidak menggunakan strategi koping dalam jangka waktu yang panjang saat stres dapat membahayakan diri mereka, karena mereka akan kebingungan memahami apa yang mereka alami dan tidak mengetahui bagaimana mengatasinya (Lazarus & Folkman, 1987). Hasil penelitian terkait hubungan *coping strategies* dengan *subjective well-being* menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara *coping strategies* dengan *subjective well-being* di mana semakin tinggi *coping strategies* individu, maka semakin tinggi kondisi *subjective well-being* nya (Fischer et al., 2021; Jiang et al., 2021).

Selain itu, kondisi *subjective well-being* penggemar juga dapat dipengaruhi oleh kondisi *celebrity worship* mereka terhadap idola K-Pop. *Celebrity worship* merupakan suatu obsesi dan keterikatan emosional yang dialami seseorang kepada selebriti favoritnya (McCutcheon et al., 2002). *Celebrity worship* terdiri dari tiga level yaitu *entertainment-social* di mana penggemar tertarik kepada selebriti karena kemampuan mereka yang menghibur dan menjadi sumber interaksi sosial dengan orang lain, *intense-personal* yaitu ketika rasa tertarik penggemar berubah menjadi perasaan yang intensif dan kompulsif tentang selebriti, dan *borderline-pathological* yaitu ketika penggemar memiliki fantasi dan perilaku yang tidak terkendali terhadap selebriti (Maltby & Day, 2015). *Celebrity worship* terjadi pada masa remaja dan mencapai puncak pada remaja pertengahan (Brooks, 2021). Giles & Maltby (2004) menggunakan teori perkembangan Erikson untuk menjelaskan mengapa *celebrity worship* terjadi pada masa remaja. Masa remaja merupakan fase di mana remaja mulai mencari jati diri mereka sehingga sosok selebriti dianggap sebagai sosok

sempurna yang bisa dijadikan sebagai *role model*. Pada fase ini, tidak jarang remaja mengalami perdebatan dengan orangtuanya akibat perbedaan pendapat, sehingga ketika orangtua tidak dapat menjadi sosok yang ideal, remaja mulai mencari sosok ideal mereka melalui media untuk memenuhi kebutuhan yang belum dipenuhi oleh orangtua mereka.

Hasil riset menunjukkan bahwa terdapat hubungan negatif antara *celebrity worship* dengan *subjective well-being* yang dapat diartikan bahwa semakin tinggi *celebrity worship* penggemar K-Pop, maka akan semakin rendah *subjective well-being* nya (Prihatiningrum, 2018). Perilaku *celebrity worship* pada penggemar juga ditemukan menyebabkan penggemar merasa tidak puas terhadap hidupnya. Hal ini disebabkan penggemar kurang bersyukur dan bertanggungjawab atas hidup mereka serta menjadikan idola sebagai tolak ukur pencapaian mereka, sehingga rencana masa depan atau tujuan hidup tidak tercapai (Aruguete et al., 2019). Dampak negatif lainnya dari *celebrity worship* adalah imitasi (Khrisnadestya & Prahara, 2022), *compulsive buying* (Driana & Indrawati, 2021), kemampuan kognitif yang rendah (McCutcheon et al., 2021), deprivasi relatif (Aruguete et al., 2020), *problem internet use* (Asmaussolihat & Nugrahawati, 2022), dan menarik diri dari lingkungan (Benu et al., 2019).

Celebrity worship juga mendorong penggemar untuk mencari tau lebih dalam tentang segala hal yang berkaitan dengan idol kesukaannya meskipun nyatanya penggemar tidak pernah bertemu dengan sosok idol yang disukainya. Ketertarikan yang mendalam pada idola K-Pop menyebabkan penggemar menjauh dari lingkungan sekitarnya terutama kepada mereka yang tidak memiliki kegemaran yang sama (Nisrina et al., 2020). Keterikatan penggemar dengan selebriti juga dapat mendorong penggemar merelakan waktu dan uang untuk dapat berpartisipasi atau mendukung kegiatan selebriti yang mereka sukai. Bahkan tidak jarang penggemar mengorbankan kebutuhan pribadinya untuk membeli sesuatu yang berkaitan dengan selebriti yang mereka sukai (Mihardja & Paramita, 2019). Penelitian lain menyebutkan bahwa penggemar kerap kali melakukan aktivitas pengidolaan untuk menunjukkan dukungan mereka kepada idola K-Pop yang disukai seperti membeli

album, menonton drama, mendengarkan lagunya, dan melakukan voting (Dewi & Indrawati, 2019).

Berdasarkan pemaparan di atas, peneliti bermaksud untuk menggunakan *celebrity worship* sebagai variabel moderator antara *coping strategies* dengan *subjective well-being*. Hal ini disebabkan *celebrity worship* telah memenuhi syarat penelitian moderasi di mana terdapat pengaruh variabel moderaator terhadap variabel dependen (Jose, 2013) dengan asumsi *coping strategies* akan berpengaruh negatif lemah terhadap *subjective well-being* pada orang yang memiliki *celebrity worship* rendah. Hal ini didukung oleh hasil riset milik Chia & Ling (2009) bahwa orang dengan *celebrity worship* yang rendah (*social-entertainment*) menunjukkan perilaku yang lebih bahagia, optimis, dan mudah bergaul sehingga terjadi peningkatan *subjective well-being*. Sedangkan *coping strategies* akan berpengaruh negatif kuat terhadap *subjective well-being* pada orang yang memiliki *celebrity worship* sedang dan tinggi hasil riset Maltby & Day (2017) yang menunjukkan bahwa *celebrity worship* sedang dan tinggi berpengaruh negatif terhadap kondisi *well-being* seseorang. Selain itu penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi terbaru terkait peran *celebrity worship* sebagai variabel moderator.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah yang akan diajukan peneliti adalah:

- Apakah terdapat pengaruh *celebrity worship* terhadap *subjective well-being* yang dimoderasi oleh *coping strategies* pada remaja penggemar K-Pop?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengidentifikasi pengaruh *coping strategies* terhadap *subjective-well being* remaja penggemar K-Pop
2. Mengetahui efek moderasi variabel *celebrity worship* pada pengaruh *coping strategies* terhadap *subjective well-being* remaja penggemar K-Pop

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, diharapkan penelitian ini memiliki manfaat yang di antara nya sebagai berikut:

a. Manfaat teoritis

Peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Menambah kajian terbaru terkait *celebrity worship* sebagai variabel moderasi
2. Memberikan sumbangan perkembangan teoritis psikologi klinis khususnya pada bidang *celebrity worship*.
3. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat menjadi salah satu sumber informasi tambahan dan referensi penelitian di masa yang akan datang dalam mengembangkan pengetahuan yang berkaitan dengan *celebrity worship*.

b. Manfaat praktis

Sedangkan manfaat praktis yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi remaja, penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi tambahan mengenai kesehatan mental yang telah diajarkan di sekolah serta membantu mereka memahami mata pelajaran pendidikan karakter.
2. Bagi konselor remaja, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan informasi untuk mengedukasi remaja agar menyukai selebriti dalam batas wajar dan dampak yang akan diperoleh jika menyukai selebriti melebihi batas. Macam-macam perilaku *celebrity worship* yang dapat remaja ketahui adalah *celebrity worship* sebagai hiburan, perasaan yang intens, dan obsesi yang berlebihan.
3. Bagi konselor orangtua, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan informasi dan wawasan untuk mengedukasi orangtua bahwa aktivitas mendukung selebriti yang berlebihan dapat memberikan dampak yang

negatif bagi kehidupan anak dari segi akademis, sosial, dan emosi serta dapat mengambil langkah yang tepat ketika anak mereka mengalami *celebrity worship*.

4. Bagi pendidik terutama guru, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran terkait alasan mengapa penggemar remaja K-Pop cenderung bersikap loyal dan terikat dengan selebriti yang disukainya. Gambaran tersebut dapat dijadikan acuan dalam mengambil kebijakan dan langkah preventif agar kegiatan mendukung idola tidak mengganggu kehidupan akademis remaja saat di sekolah.