

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Budaya dari setiap negara pasti memiliki ciri khas masing-masing, karena budaya terbentuk atas dasar cipta, karsa, dan rasa yang berkembang di lingkungan masyarakat dan menjadi awal untuk menata, memantapkan tindakan-tindakan serta tingkah laku manusia. Budaya terbentuk atas proses belajar masyarakat terhadap sistem budaya dan lingkungan sosial sekitarnya (Soelaeman, 2010). Terdapat beberapa pengertian budaya menurut para ahli, menurut Raymond Williams (dalam Salsabila, 2018), ada tiga pemahaman tentang budaya sebagaimana yang ditawarkan yaitu:

Pertama, budaya merupakan suatu proses umum perkembangan intelektual, spiritual, dan estetis. Kedua, budaya bisa berarti pandangan hidup tertentu dari masyarakat, periode atau kelompok tertentu. Ketiga, budaya bisa merujuk pada karya dan praktik-praktik intelektual, terutama aktivitas artistik, seperti puisi, opera, dan lukisan.

Menurut Zoetmulder (dalam Koentjaraningrat, 2009, hlm. 146) katakan bahwa “budaya merupakan suatu perkembangan dari kata majemuk budi-daya yang berarti daya dan budi atau akal, dengan demikian dapat diartikan sebagai hal-hal yang bersangkutan dengan akal”. Sementara itu Koentjaraningrat (dalam Aryandini, 2000, hlm. 8) juga mengatakan bahwa,

Budaya adalah keseluruhan pengetahuan manusia sebagai makhluk sosial yang digunakan untuk memahami lingkungan serta pengalamannya dan yang menjadi pedoman tingkah lakunya. Kebudayaan terdiri atas unsur-unsur universal, yaitu: bahasa, teknologi, sistem ekonomi, organisasi sosial, sistem pengetahuan, religi, dan kesenian, serta mempunyai tiga wujud ialah: ide, aktivitas, dan kebendaan yang masing-masing biasanya disebut sistem budaya atau adat istiadat, sistem sosial dan kebudayaan kebendaan. Keseluruhan sistem gagasan, tindakan dan hasil karya manusia ini dalam rangka kehidupan masyarakat yang dijadikan milik diri manusia dengan belajar.

Jadi dalam hal ini dapat dikatakan bahwa budaya adalah keseluruhan sistem gagasan, tindakan, dan hasil karya manusia dalam wujud cipta, karsa, dan rasa yang berkaitan dengan akal manusia sebagai suatu proses belajar untuk memahami

lingkungan masyarakat yang dituangkan dalam wujud ide, aktivitas, dan kebendaan.

Salah satu budaya yang ada pada era modern ini yaitu budaya populer. Budaya populer dihasilkan melalui teknik industrial produksi massa dan dipasarkan untuk mendapatkan keuntungan kepada khalayak konsumen massa (Aslamiyah, 2013). Budaya ini menjamah ke seluruh dunia salah satunya yaitu negara Indonesia. Hal ini ditandai dengan maraknya restoran cepat saji, acara-acara televisi seperti ajang pencarian bakat, serial drama, *reality show*, dan sebagainya, yang kehadirannya tidak lepas dari hegemoni massa. Dalam hal ini, dapat dikatakan bahwa arti sesungguhnya budaya populer itu sendiri adalah budaya massa.

Budaya populer yang berkembang pada zaman modern ini adalah budaya populer dari negeri ginseng Korea Selatan yang disebut sebagai *Korean Wave*. Budaya *Korean Wave* ini hampir tersebar ke seluruh dunia seperti di negara Amerika, Brazil, Kanada, Arab, dan tentu saja negara-negara di benua Asia. Di benua Asia sendiri budaya *Korean Wave* memiliki pengaruh yang relatif besar, termasuk di negara Indonesia. Budaya *Korean Wave* mendapatkan suatu diskursus yang menarik perhatian. Perhatian tersebut dapat terlihat dari pernyataan bahwa *Korean Wave* hasil dari neo-liberalisme yang dibentuk oleh pemerintah dan media Korea Selatan sebagai etos semangat dan motivasi negara tersebut. *Korean Wave* juga dijadikan sebagai bentuk nasionalisme budaya yang dibentuk masyarakatnya untuk di ekspor ke berbagai negara, budaya ini bukan sekedar lahir dari budaya populer Korea asli, melainkan dari bentuk pencampuran kebudayaan yang di adaptasi sebagai bentuk praktik konsumsi massa yang tentu saja sesuai dengan definisi budaya populer. Konsumsi dalam hal ini dikatakan bukan untuk kenikmatan saja, tetapi dilihat dari adakah makna atas apa yang dikonsumsi massa tersebut (Muhammad, 2012).

Di Indonesia berkembangnya budaya *Korean Wave* pertama kali dibuktikan dengan munculnya drama Korea yang ditayangkan pada stasiun TV di Indonesia, antara lain *Endless Love*, *Winter Sonata*, *Full House*, *Princess Hours*, *Boys Before Flowers*, dan *Baker King Kim Tak Goo (Bread, Dream, and Love)*. Perkembangan yang semakin pesat juga ditandai dengan munculnya “*Asian Fans Club*” (AFC) yaitu blog Indonesia yang berisi tentang berita dunia hiburan Korea. AFC didirikan

pada 1 Agustus 2009 oleh seorang remaja perempuan bernama Santi Ela Sari (Aslamiyah, 2013). Budaya *Korean Wave* juga mengalami perkembangan dan mendapatkan perhatian lebih dari masyarakat Indonesia khususnya remaja, hal ini ditandai dengan maraknya restoran cepat saji yang mengusung masakan khas dari Korea Selatan, selera *fashion* dan produk kosmetik menyerupai artis-artis mereka, serta industri musik yang sangat digandrungi. Industri musik ini dicerminkan dengan banyaknya penyanyi solo dan grup musik Korea yang mengusung *genre* musik *dance pop* dengan sedikit gerakan-gerakan menari yang membuat musik K-pop (*Korean Pop*) laku di pasaran.

Dari adanya grup musik seperti *boyband* dan *girlband* yang sangat disukai tentu saja memunculkan penggemar yang begitu banyak. Penggemar ini biasanya berbentuk suatu komunitas (*fans club*) yang mempunyai nama tersendiri sesuai dengan idola mereka. Salah satu penggemar dari *boyband* yang terkenal adalah penggemar *boyband* BTS (K-pop *boyband*) yang bernama “ARMY”. Penggemar BTS (K-pop *boyband*) telah tersebar di seluruh dunia bahkan Indonesia, yang salah satu diantaranya tersebar juga di Kota Bandung. Menurut data yang dihimpun Kpopcount jumlah penggemar ini mencapai 679.704 anggota (Era.id, 2018). BTS (K-pop *boyband*) yang berkarir di dunia musik tentu saja sering berkreasi untuk menarik perhatian penggemar, seperti mengeluarkan video klip, penampilan menari, dan juga musik yang memiliki lirik lagu yang selalu menyentuh hati remaja, selain itu mereka memasarkan produk barang *official* yang tak jarang memiliki harga fantastis yang menarik minat penggemarnya. Penggemar BTS (K-pop *boyband*) di Bandung terhimpun dalam komunitas “bts army bandung”.

Terkait dengan adanya grup musik seperti *boyband* dan *girlband* yang semakin berkembang, menjadikan para penggemar menunjukkan sikap fanatisme mereka yang tinggi terhadap idolanya tersebut, dengan berbagai macam ekspresi yang mereka kemukakan. Fanatisme sendiri diartikan sebagai pengabdian yang luar biasa untuk sebuah objek, di mana “pengabdian” terdiri dari gairah, keintiman, dan dedikasi yang luar biasa dan melampaui rata-rata. (Widarti, 2016).

Fanatisme yang semakin melekat dapat menimbulkan sebuah sindrom yang sering menghantui para remaja, sindrom ini dinamakan *celebrity worship*. Sindrom *celebrity worship* sering terjadi pada remaja karena masa remaja merupakan masa

transisi antara masa anak dan masa dewasa yang mencakup perubahan biologis, kognitif, dan sosial. Pencarian identitas diri pun menjadi sebuah hal yang biasa terjadi dalam masa remaja ini, karena mereka bersiap untuk memasuki suatu peranan dan tindakan-tindakan yang dianggap penting di tengah masyarakat. Apabila dalam proses mencari identitas diri, remaja bergaul dengan lingkungan yang baik maka akan tercipta identitas diri yang baik pula. Namun sebaliknya, jika remaja bergaul dalam lingkungan yang kurang baik maka akan timbul kekacauan identitas pada diri remaja tersebut. Dalam pencarian identitas diri *celebrity worship* mempunyai pengaruh yang besar, karena remaja mengacu pada idolanya yang dijadikan sebagai pembimbing dalam mencapai kejelasan identitas diri mereka (Millah, 2019).

Sindrom *celebrity worship* ini ditandai dengan kecanduan berlebih terhadap idolanya yang terlihat dari hal-hal sederhana dengan adanya empati, identifikasi, obsesi, dan asosiasi (Kusuma, 2014). Salah satu sindrom *celebrity worship* yang terjadi pada penggemar yakni dicirikan ketika mereka menyukai idolanya, mereka bisa menghabiskan waktu 1-5 jam hanya untuk melihat media sosial untuk mencari tahu segala aktivitas dan informasi terhadap idolanya tersebut. Teknologi informasi dapat di akses dimana saja yang juga menjadi sebuah media untuk remaja mengetahui segala aktivitas idolanya dengan mudah. *Celebrity sindrom* pun secara tak langsung menjadi bagian dari sistem perekonomian hal ini dicirikan dengan adanya tindakan penggemar seperti pembelian barang-barang idolanya, tiket konser, dan album idolanya. Penggemar juga rela menghabiskan uang setidaknya Rp. 500.000 per bulan untuk membeli hal-hal yang berbau idola mereka yang memiliki makna tersendiri ketika mendapatkan itu semua (Millah, 2019). Sindrom *celebrity worship* sering dianggap negatif oleh sebagian masyarakat karena memiliki individualitas tinggi.

Namun pada kenyataannya, tindakan penggemar yang terkena sindrom *celebrity worship* juga terkadang mengedepankan sikap sosialnya, ini dicirikan dengan tindakan-tindakan penggemar, seperti dapat mendalami bahasa Korea dengan mudah yang diakibatkan oleh seringnya berkomunikasi menggunakan bahasa tersebut, dalam hal lain pun dapat dicirikan dengan sering dilakukannya penggalangan dana bantuan ketika terjadi bencana alam, pengadaan *ghatering* atau

kumpul bersama untuk berbagai acara yang berkaitan dengan idola mereka, dicirikan juga dengan tata cara mereka berperilaku di masyarakat, serta cara berpenampilan mereka, itu semua seolah-olah mempunyai makna tersendiri. Dari hal tersebut, penggemar yang terkena sindrom ini mencirikan suatu tindakan-tindakan subjektif yang didasari oleh berbagai motif. Tindakan subjektif yang dimaksud dalam hal ini adalah tindakan yang hanya berpacu menurut pandangan diri sendiri atau dapat diartikan juga ketika individu dalam masyarakat melakukan tindakan yang mempunyai makna dalam tindakan mereka, baik bermakna bagi diri sendiri maupun orang lain (Afifah, 2016). Tindakan subjektif menurut kajian ilmu sosiologi dikenal dengan tindakan sosial, hal ini sejalan dengan tindakan-tindakan yang diperlihatkan ketika penggemar BTS (K-pop *boyband*) yang terkena sindrom *celebrity worship* melakukan berbagai aktivitas di masyarakat. Terlihat bahwa sindrom *celebrity worship* mempunyai dampak negatif maupun positif pada penggemarnya, namun kebanyakan penelitian yang dilakukan lebih ke dalam segi negatif (dianggap tidak normal, sudah tergolong gangguan). Penelitian Samantha K. Brooks tahun 2018 yang menyebutkan bahwa konsep dari *Celebrity Worship* kurang mengeksplor pengalaman para penggemar terkait dampak positif ataupun negatif selama berinteraksi dan berhubungan dengan selebriti idola maupun dengan sesama penggemar dalam kehidupan mereka (Brooks, 2018).

Dilihat dari pemaparan diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Sindrom *Celebrity Worship* Remaja Penggemar *Boyband* BTS Kota Bandung Ditinjau dari Perspektif Tindakan Sosial.

1.2 Rumusan Masalah

Berangkat dari pemaparan latar belakang, untuk itu penulis merumuskan satu masalah pokok dalam penelitian ini yaitu, “Bagaimana sindrom *celebrity worship* remaja penggemar *boyband* BTS Kota Bandung ditinjau dari perspektif tindakan sosial?”

Berdasarkan masalah pokok tersebut, untuk mempermudah pembahasan penelitian, penulis menjabarkan masalah pokok ke dalam beberapa sub masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran dimensi sindrom *celebrity worship* remaja penggemar *boyband* BTS Kota Bandung?
2. Bagaimana bentuk-bentuk tindakan sosial yang dilakukan oleh remaja penggemar *boyband* BTS Kota Bandung yang mengalami sindrom *celebrity worship*?
3. Bagaimana pengaruh sindrom *celebrity worship* remaja penggemar *boyband* BTS Kota Bandung terhadap tindakan sosial yang terjadi?

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Tujuan Umum

Penelitian ini secara umum bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai sindrom *celebrity worship* remaja penggemar *boyband* BTS Kota Bandung ditinjau dari perspektif tindakan sosial.

1.3.2 Tujuan Khusus

Sedangkan secara khusus penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mendeskripsikan gambaran dimensi sindrom *celebrity worship* remaja penggemar *boyband* BTS Kota Bandung.
2. Mendeskripsikan bentuk-bentuk tindakan sosial yang dilakukan oleh remaja penggemar *boyband* BTS Kota Bandung yang mengalami sindrom *celebrity worship*.
3. Mengetahui pengaruh sindrom *celebrity worship* remaja penggemar *boyband* BTS Kota Bandung terhadap tindakan sosial yang terjadi.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoretis

Secara teoretis penelitian ini bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan sosial, khususnya ilmu sosiologi dalam mata kuliah sosiologi klasik yang berkaitan dengan topik sindrom *celebrity worship* remaja penggemar *boyband* BTS Kota Bandung ditinjau dari perspektif tindakan sosial.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini bermanfaat juga dilihat dari segi praktisnya, yang dijabarkan sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti, dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya, sehingga luaran dari penelitian ini lebih berkembang sebagai dari rumpun ilmu pengetahuan sosial.
2. Bagi Remaja, dapat dijadikan sebuah tolak ukur untuk terhindar dari sindrom *celebrity worship* serta untuk mengaplikasikan bagaimana tindakan sosial yang baik di masyarakat.
3. Bagi Masyarakat, untuk memberikan informasi terkait dengan bagaimana tindakan sosial yang terjadi pada remaja yang terkena sindrom *celebrity worship*.

1.5 Struktur Organisasi Skripsi

Untuk memberikan kemudahan dalam penyusunan skripsi ini, maka peneliti menyusun melalui sistematika sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan, pada bab ini peneliti akan memaparkan latar belakang penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, yang akan peneliti laksanakan pada penelitian sebagai dasar utama penelitian.

BAB II : Tinjauan pustaka, pada bab ini peneliti akan menguraikan dokumen-dokumen atau data yang berkaitan dengan fokus penelitian, kerangka pemikiran peneliti, serta teori-teori yang mendukung dalam penelitian yang dilakukan peneliti.

BAB III : Metode penelitian, pada bab ini peneliti akan memaparkan desain penelitian, metode penelitian, teknik pengumpulan data, serta tahapan yang

digunakan dalam penelitian sindrom *celebrity worship* remaja penggemar *boyband* BTS Kota Bandung ditinjau dari perspektif tindakan sosial.

BAB IV : Temuan dan pembahasan, pada bab ini peneliti melalui data yang telah terkumpul dalam penelitian yang telah dilaksanakan selanjutnya dianalisis, analisis mencakup sindrom *celebrity worship* remaja penggemar *boyband* BTS Kota Bandung ditinjau dari perspektif tindakan sosial tersebut.

BAB V : Simpulan, implikasi, dan rekomendasi, dalam bab ini peneliti melalui hasil analisis data yang telah dilakukan dalam temuan peneliti, mencoba memberikan simpulan dan saran sebagai rekomendasi atas permasalahan yang telah diidentifikasi dan dikaji dalam penelitian skripsi.