

BAB I

PENDAHULUAN

Pada bab ini akan dibahas mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah penelitian, dan tujuan penelitian.

A. Latar Belakang Penelitian

Penyebaran budaya Korea Selatan saat ini berada di berbagai negara termasuk Indonesia melalui produk-produk, media massa, dan juga dunia hiburan yang disebut *Hallyu Wave*. Dari sekian banyak kota di Indonesia, kota Bandung merupakan satu-satunya komunitas pecinta budaya Korea Selatan yang diakui oleh pemerintah Korea Selatan (Chaerunnisa, 2017). Kemudian Bandung memiliki komunitas pecinta *K-Pop* yang masih aktif sampai saat ini dan sudah lebih dari 9 tahun (Triani, 2019). Pengaruh *Hallyu Wave* menyebabkan meningkatnya penggemar atau yang juga disebut *fans K-Pop*. Maka tidak jarang perilaku obsesif ditampilkan oleh *fans K-Pop* di Indonesia. Perilaku obsesif tersebut digambarkan seperti perasaan ketertarikan, intensif, dan kompulsif. Perilaku-perilaku tersebut sudah mengarah kepada psikopatologis (Swami, Taylor, & Carvalho, 2009). Oleh karena itu, perilaku-perilaku yang ditunjukkan oleh *fans K-Pop* tersebut dapat mengindikasikan seseorang yang mengalami masalah psikologis disebut dengan *celebrity worship*.

Indikasi perilaku *celebrity worship* yang ditampilkan oleh *fans K-Pop* dapat dilihat dari beberapa fenomena berikut. Peristiwa *fanwar* atau perang antar *fans* tak luput di kalangan fans *K-Pop* Indonesia. Seperti berita yang dilansir oleh *IDN Times* yang diterbitkan tanggal 31 Maret 2019 bahwa perundungan antar *fans* sering terjadi di Indonesia yang saling menjelekkkan *fans* grup idola yang lain. Kemudian juga terjadi perseteruan antara artis Indonesia bernama Anji dengan *fans K-Pop*, disebutkan oleh Anji bahwa lagunya terdengar mirip dengan salah satu idol *K-Pop*, sehingga membuat *fans* kesal dan membanjiri media sosial Anji dengan komentar pedas sampai menyumpahi Anji (Arifyani, 2018). Tidak sedikit juga *fans K-Pop* di Indonesia yang

rela menghabiskan uang belasan juta hanya untuk mengikuti konser dan membeli barang-barang mewah yang mempresentasikan kegemaran mereka terhadap idolanya (Anjani, 2019). Selain dari pada barang, ternyata *fans* pun tidak enggan untuk mendatangi tempat yang diiklankan oleh sang idola. Yen dan Croy (2013) mengungkapkan bahwa *celebrity worshipper* sangat memiliki dampak pada tempat wisata yang dipromosikan oleh selebriti. Dengan begitu tempat wisata tersebut akan mendapatkan nilai *image* yang baik dan sangat diminati oleh turis yang mengindikasikan *celebrity worship*.

Penelitian McCutcheon, Maltby dan Houran (2003), mengemukakan bahwa *celebrity worship* merupakan perilaku yang obsesif dan menunjukkan psikopatologis atau memiliki gejala klinis pada seseorang, dan hal tersebut menyebabkan penurunan kesehatan mental. Individu yang mengalami *celebrity worship* disebut juga *Celebrity worshipper*, mempercayai bahwa mereka memiliki hubungan khusus dengan figur media favoritnya, dan kemudian individu termotivasi untuk mengetahui lebih lanjut tentang objek perhatian mereka (McCutcheon, Lange & Houran, 2003). Oleh karena itu, *celebrity worship* merupakan salah satu masalah psikologis, seperti *fans* akan merasakan kegagalan yang dirasakan oleh *idol*, *fans* akan rela melakukan apapun untuk *idol*, dan *fans* merasa bahwa *idol* adalah pasangan hidupnya (Maltby, 2006).

Penelitian-penelitian terdahulu menunjukkan bahwa terdapat beberapa faktor yang menjadi prediktor *celebrity worship*. Ang dan Chan (2016) mengungkapkan hasil data penelitian kualitatif dari *celebrity worship*, bahwa faktor-faktor penyebab adalah produk selebriti (*fans* kagum dengan lagu atau penampilan), karakter personal selebriti (*fans* merasa dihargai atau selebriti memiliki perilaku positif) yang mempengaruhi *fans* untuk mempertahankan loyalitas kepada selebriti. Oleh karena itu, *fans* menghabiskan banyak waktu dan energi mereka kepada selebriti karena karakteristik fisiologis idola yang tampan/cantik dan suara yang bagus. Ini dianggap sebagai bentuk kenikmatan sensual dimana orang-orang senang melihat penampilan menarik idola atau mendengarkan suara-suara menawan. Namun, beberapa ciri psikologis seperti apresiasi

para penggemar, sikap yang baik dan energi positif dari para selebriti dapat semakin memotivasi para peserta untuk menjadi *celebrity worship* (Ang dan Chan, 2016).

Penelitian *celebrity worship* terdahulu menunjukkan terdapat faktor internal dan relasi. Penelitian Galih (2015) menunjukkan bahwa *celebrity worship* disebabkan tiga faktor penyebab yaitu, fleksibilitas kognitif, religiusitas, dan media massa. Penelitian Kemudian Maltby (2006) menyatakan bahwa seseorang yang memiliki gangguan klinis, seperti imajinasi yang berlebihan dan disosiatif akan cenderung mengalami *celebrity worship*. Reeves dan Truluck (2012) mengungkapkan bahwa seseorang dengan *celebrity worship* memiliki sumber internal yang rendah seperti harga diri dan juga *self regard* positif. Selain itu, *self expansion* dan *self suppression* juga dapat meregulasi ketertarikan seseorang kepada idola atau selebriti (Maltby & Day, 2017). Salah satu hal yang dapat membantu individu yang mengalami *celebrity worship* untuk lebih sehat secara mental adalah *self compassion*.

Self compassion memiliki komponen yang menjadi kunci untuk *well being*. *Self compassion* tidak bertujuan untuk membuat evaluasi positif terhadap diri seseorang, melainkan meningkatkan perasaan adaptif untuk menjadi kurang defensif dan menjadi lebih terbuka terhadap diri (Barnard & Curry, 2011). Oleh karena itu, saat seseorang memiliki *self compassion* yang rendah maka individu tersebut akan berperilaku diri mereka sendiri dengan tidak baik, hanya memikirkan pengalaman yang buruk, dan memikirkan secara berlebihan pikiran yang menyakitkan. Hal yang menarik saat seseorang kurang memberikan *self compassion* pada dirinya, maka individu tersebut juga mengalami masalah dalam aspek-aspek diri yang lain. Aspek-aspek yang terganggu karena kurangnya *self compassion* adalah seperti *self image*, *self criticism*, dan juga *self worth* (Brophy dkk, 2020). *Self compassion* juga mampu membantu individu memiliki relasi yang lebih sehat. Barnard dan Curry (2011) menjelaskan bahwa seseorang dengan *self compassion* yang tinggi akan cenderung mendiskusikan kelemahan mereka dengan referensi sosial kepada orang lain yang menunjukkan pandangan yang berhubungan.

Selain faktor internal, terdapat juga faktor relasi individu yang mengindikasikan *celebrity worship*. McCutcheon dkk (2006) menyatakan bahwa terdapat kecenderungan individu menjadi *celebrity worship* saat mengalami *insecure attachment*. Didapatkan bahwa orang yang mengalami *celebrity worship* tidak lepas dari aspek yang berkaitan dengan relasi. Hal tersebut didukung dengan penelitian McCutcheon (2006) yang mengungkapkan bahwa orang yang mengalami *celebrity worship* berkaitan dengan adanya kehilangan figur signifikan dalam masa perkembangannya yang disebut juga kelekatan (*attachment*).

Kelekatan (*attachment*) merupakan hal yang penting untuk seseorang. Dengan adanya kelekatan yang baik maka akan mengurangi resiko individu mengalami hambatan emosional dan meningkatkan perilaku prososial (Oldfield dkk, 2015). Oldfield (2015) juga mengungkapkan bahwa kelekatan memiliki peran yang signifikan bagi hubungan individu dengan orang lain. Bowlby (1982) mengatakan bahwa *attachment* merupakan hubungan emosional yang dimiliki individu dengan pengasuh terdekatnya yaitu ibunya. Domain pertama, dan yang penting dari *attachment*, adalah basis aman (*secure base*) dimana saat individu tersebut merasa dekat dengan pengasuhnya maka dia akan merasa aman atau menciptakan *secure attachment*. Seseorang yang tidak terpuaskan dalam *secure attachment* akan menyebabkan *insecure attachment*. Greenberg dan Armsden (1987) menjelaskan bahwa perilaku kelekatan dibagi menjadi dua yaitu *more secure* dan *less secure*. Terdapat dua bentuk perilaku yang terjadi pada seseorang yang *insecure* yaitu individu akan menghindari untuk memiliki hubungan dengan orang lain (Holmes, 1996). Bentuk yang pertama, individu yang cemas/ambivalen (*preoccupied/fearful*) cenderung memiliki rasa diri yang lemah dan menunjukkan kecemasan atas penolakan sosial. Seseorang yang gelisah/ambivalen akan termotivasi untuk mencari persetujuan dari objek kelekatan yang lain. Bentuk kedua, individu yang mengalami *avoidant (dismissing)* cenderung mempertahankan jarak emosional dari orang lain. Daripada memperbaiki hubungan dengan figur signifikan, individu mungkin lebih cenderung mengejar objek kelekatan yang lain untuk memenuhi *insecure attachment* terhadap kehilangan yang dirasakan

(McCutcheon & Arugette, 2006). Oleh karena itu kelekatan seharusnya dapat dimiliki anak dengan baik dengan orangtuanya. Namun kelekatan orangtua yang tidak ideal masih didapati banyak sehingga menimbulkan dampak yang negatif kepada anak.

Ada beberapa akibat dari kurangnya kelekatan yaitu, kesulitan untuk beradaptasi dengan lingkungan sosial, kesulitan untuk menjalin hubungan dengan pasangan, mengalami depresi, dan akan memiliki *well being* yang tidak sehat (McCutcheon & Arugette, 2006). Penelitian Nurhayati (2015) menunjukkan adanya hubungan antara kelekatan dengan kemandirian, yang menyatakan bahwa anak yang rendah kelekatan dengan orang tua akan sulit mandiri dalam tugas kesehariannya di sekolah. Kurangnya kelekatan dari orang tua juga menyebabkan anak dapat menghabiskan waktu lebih banyak di depan gawai dibandingkan bersosial dengan orang lain (Richards dkk, 2010).

Dengan kondisi demikian, bukan tidak mungkin kelekatan dan *self compassion* ini akan memengaruhi *celebrity worship*. Selain itu, belum ditemukan penelitian sebelumnya mengenai hubungan *self compassion* terhadap *celebrity worship* yang juga sebagai keunggulan dari penelitian ini. Melihat hubungan kelekatan terhadap *celebrity worship* pada masyarakat Indonesia, terutama kota Bandung juga menjadi keunggulan penelitian ini.

Fenomena-fenomena yang merajalela melalui industri *K-Pop* di Indonesia terutama Bandung, sehingga banyak ditemui *fanbase-fanbase*. Bahkan banyak *fans* yang menggemari dengan berlebihan atau disebut *celebrity worship*. Penelitian ini pun hanya membahas dua tingkat *celebrity worship* yaitu, *entertainment social value* dan *intense personal feeling*. Hal tersebut dikarenakan tidak terdapat fenomena perilaku ekstrim tingkat *borderline pathological* pada *fans* di Kota Bandung.

Oleh karena itu penelitian ini layak untuk dikaji secara mendalam. Kelekatan dan *self compassion* juga menjadi pembeda dari penelitian-penelitian sebelumnya mengenai *celebrity worship*. Saat seseorang mengalami *celebrity worship*, merupakan hasil konstruk kelekatan yang kurang optimal diakibatkan karena figur utama yang

tidak responsif. Kelekatan dapat memberikan dampak yang kuat kepada *celebrity worship* (McCutcheon dkk, 2006).

Maka peneliti ingin meneliti lebih lanjut antara hubungan variabel-variabel yang telah dijelaskan yang berjudul “*Kontribusi Self Compassion dan Kelekatan dengan Orang Tua terhadap Celebrity Worship (Tingkat Entertainment Social Value dan Intense Personal Feeling) pada Fans K-Pop di Kota Bandung*”.

B. Tujuan dan Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh data yang empiris mengenai kontribusi kelekatan orang tua dan *self compassion* terhadap *celebrity worship* pada fans *K-Pop*. Maka pertanyaan penelitian yaitu, apakah terdapat kontribusi *self compassion* dan kelekatan terhadap *celebrity worship* pada fans *K-Pop*?

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dalam penelitian ini secara teoritis adalah untuk memperkaya keilmuan psikologi dan menambah referensi pengetahuan kepada pembaca, khususnya yang berkaitan dengan *celebrity worship* dengan kelekatan pada fans *K-Pop*. Secara praktis, penelitian ini juga bermanfaat bagi penggemar *K-Pop* untuk memberikan informasi mengenai dampak yang buruk jika memuja artis idola secara berlebih dan dapat membuat penggemar mengesampingkan hubungan dengan orang lain dalam kehidupan nyata.