

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, dan manfaat dalam penelitian ini.

A. Latar Belakang Penelitian

Budaya *Korean Pop* saat ini tengah banyak dikenal di berbagai negara, salah satunya adalah Indonesia. Dilansir dari berita *online* CNN Indonesia yang dilaporkan oleh Makki (2019), bahwa kelompok remaja merupakan sasaran dan alasan utama mengapa konten *Korean Pop* ini digemari, sementara KBS (*Korean Broadcasting System*) World Radio (2020) menyatakan bahwa jumlah penggemar Korea di Asia sebanyak 71.810.00 jiwa. Sebagai seorang penggemar tentu banyak perilaku yang muncul untuk menunjukkan kecintaannya terhadap figur publik yang ia sukai, namun tidak jarang dari mereka melakukan aksi berlebihan dan tidak wajar yang disebut sebagai *celebrity worship*.

Celebrity Worship menurut Maltby, Houran & McCutcheon (2003) didefinisikan dengan hubungan yang bersifat obsesif dan satu sisi antara seorang penggemar dengan figur publik yang ia sukai. *Celebrity worship* biasanya melibatkan satu atau lebih figur publik yang sangat disukai oleh individu sehingga individu seakan-akan tidak bisa terlepas dan terlalu melibatkan dirinya dengan hal-hal yang berhubungan dengan figur publik tersebut (Alfarisi, 2017; Mandas et al, 2018). Dapat disimpulkan bahwa hubungan *celebrity worship* ini bersifat obsesif dan individu yang mengalaminya terlalu melibatkan diri dengan seorang figur publik favoritnya.

Penggemar *K-Pop* yang ekstrim di negara Korea Selatan sendiri disebut sebagai *sasaeng fans* yang dimana menurut berita *online idntimes.com* yang dilaporkan oleh Marliah (2020) contoh perilaku dari *sasaeng fans* ini yaitu mengikuti setiap kegiatan idolanya, meneror pesan di berbagai media sosial idola, menjual dan membeberkan informasi pribadi sang idola, bahkan rela mengeluarkan dana dengan

jumlah besar demi idolanya. Sementara itu terdapat juga fenomena dari penggemar *K-Pop* Indonesia yang dapat merujuk pada *celebrity worship*, seperti menurut berita *online kompas.com* yang dilaporkan oleh Agmasari (2021) yaitu fenomena dari *BTS Meal* yang terjadi pada Juni 2021 yang berdampak hingga padatnya setiap restoran *Mcdonald* pada saat itu hingga menimbulkan turunnya petugas keamanan untuk menertibkan kerumunan, lalu dilansir dari berita *online wolipop.detik.com* yang dilaporkan oleh Anjani (2019) mengenai aksi penggemar yang tidak wajar yaitu seorang penggemar *Korean Pop* dengan inisial “G” yang mengeluarkan hingga belasan juta rupiah untuk memenuhi “kebutuhannya” sebagai seorang penggemar, hal tersebut terjadi dapat dikarenakan perbedaan budaya yang dimana salah satunya adalah remaja di Indonesia sangat erat kaitannya dengan pengaruh dan kontrol dari orang tua (Sabatini, 2021). Walaupun karakteristik dari penggemar *K-Pop* di Indonesia tidak seekstrim penggemar *K-Pop* di Korea namun fenomena di atas menjadi sebuah contoh dan bagaimana seorang penggemar menunjukkan “keterlibatannya” yang tidak bisa lepas dari sesuatu yang berhubungan dengan sang idola.

Seseorang yang melakukan perilaku *celebrity worship* ini disebut sebagai *celebrity worshipper*, mereka biasanya percaya bahwa mereka memiliki hubungan mereka dengan figur publik favoritnya, cenderung bersifat obsesif, dan hal tersebut merupakan salah satu permasalahan psikologis yang dapat berdampak pada penurunan kesehatan mental (McCutcheon, Lange & Houran, 2003; Maltby, 2006).

Terdapat beberapa prediktor yang memengaruhi *celebrity worship* dari hasil peneliti sebelumnya yaitu *self esteem* yang diteliti oleh Kusuma dan Yulia (2015) pada masa remaja akhir di Indonesia dengan jumlah responden 266 orang, *body image* pada mahasiswa di Amerika yang diteliti oleh Aruguete, Griffith, Edman, Green, & McCutcheon (2014), dan *attachment* yang diteliti oleh Ghina dan Suhana (2018) pada 84 responden dewasa awal. Dalam prediktor *attachment* ini diketahui lebih banyak menjelaskan penelitian *parental attachment*. Dari sejumlah artikel yang dikaji oleh peneliti, *peer attachment* cenderung belum ditemukan penelitiannya, padahal diketahui dari kutipan di atas bahwa penggemar *K-Pop*

didominasi oleh para remaja. Pada masa remaja diketahui bahwa mereka lebih banyak berinteraksi dengan teman sebaya, hal ini di karenakan mereka mulai banyak menghabiskan dan mengeksplorasi lingkungan luar yang dimana mereka bertemu dengan teman sebayanya (Kusdiyati, Halimah & Faisaluddin, 2011).

Peer attachment pada remaja memiliki kaitan erat, karena pada masa remaja ini merupakan masa dimana seseorang sudah mulai memperhatikan lingkungan sosialnya, yang salah satunya berasal dari lingkungan teman sebaya (Maslihah, 2011). Giles & Maltby (2003) menjelaskan bahwa semakin berkurangnya peran seseorang di kehidupan nyata, maka semakin luas ‘ruang’ bagi seorang tokoh figur publik. Martin, Cayanus & McCutcheon (2003) menjelaskan bahwa seseorang dengan tingkatan *celebrity worship* yang tinggi akan cenderung memengaruhi keterampilannya dalam berkomunikasi. Dengan kata lain, *celebrity worship* memiliki dampak pada hubungan dengan lingkungan, antara lain dengan teman sebaya.

Kelekatan teman sebaya (*peer attachment*) menurut Armsden & Greenberg (1987) adalah ikatan kasih sayang yang ditandai dengan perasaan aman, kepercayaan, komunikasi yang baik, dan penerimaan pada rekan. Pada masa remaja diketahui bahwa mereka cenderung mendiskusikan permasalahan dan keseharian mereka pada teman sebayanya (Schnyders 2012). Seperti yang diketahui bahwa penggemar *Korean Pop* ini didominasi oleh remaja, diketahui *peer attachment* pada masa ini memiliki dampak jangka panjang bagi seseorang sehingga sangat penting bagi perkembangan remaja, dan memberikan dampak terhadap perilaku individu (Gorrese & Ruggieri, 2012; Mohamed et al, 2017).

Selain dampak di atas, dampak positif yang ditimbulkan dari *peer attachment* pada remaja yaitu mempermudah menyesuaikan diri mereka, dapat memengaruhi dukungan sosial yang positif, mampu mengekspresikan emosi, perasaan, dan pikirannya secara lebih baik (Novia & Sakti, 2015; Lestari & Satwika, 2018). Dampak dari *peer attachment* yang negatif bagi remaja yaitu merasa terabaikan, dan ditolak sehingga dapat menimbulkan perasaan kesepian dan tidak dianggap, kesulitan untuk menjalin hubungan dengan seseorang, hingga depresi, sulit untuk

menerima diri sendiri (Gorrese & Ruggieri 2012; Noviana & Sakiti, 2015; Lestari & Satwika 2018). Dampak di atas menunjukkan bahwa *peer attachment* memiliki dampak yang sangat penting di masa remaja.

Permasalahan dalam *peer attachment* berkemungkinan dapat berhubungan dengan tingginya tingkatan dalam *celebrity worship* dari tingkatan rendah yaitu *social-entertaint*, hingga tingkatan tertinggi yaitu *borderline-pathological* karena dengan perasaan kesepian dan terabaikan mereka oleh teman sebaya ini dapat membuat “ruang” tersendiri bagi seorang figur publik, sehingga secara tidak langsung memengaruhi tingkatan mereka menjadi seorang *celebrity worshipper*.

Fenomena mengenai penggemar *K-Pop* tengah merajalela di Indonesia, terutama di kota-kota besar, dan salah satunya Kota Bandung yang dimana merupakan salah satu kota wisata yang dimana memiliki kemungkinan budaya *K-Pop* ini cepat diterima, oleh karena itu peneliti tertarik ingin mengetahui “Hubungan *Peer Attachment* dengan *Celebrity Worship* Pada Remaja Penggemar *K-Pop* di Kota Bandung.

B. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara *peer attachment* dan *celebrity worship* pada remaja penggemar *K-Pop*.

C. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan pemaparan dari latar belakang di atas, maka pertanyaan dalam penelitian ini adalah “apakah terdapat hubungan antara *peer attachment* dan *celebrity worship* pada remaja penggemar *K-Pop*?”.

D. Manfaat Penelitian

Peneliti berharap penelitian ini memiliki beberapa manfaat, di antaranya yaitu:

1. Manfaat teoritis
 - a. Peneliti berharap agar penelitian ini memiliki pengetahuan baru dalam menjelaskan bagaimana hubungan *peer attachment* dengan *celebrity worship*.
 - b. Peneliti berharap dengan penelitian ini dapat menambah ilmu dalam bidang psikologi khususnya dalam pengetahuan *peer attachment*, dan *celebrity worship*.
2. Manfaat praktis
 - a. Peneliti berharap agar penelitian ini menjadi sebuah sumber referensi bagi pembaca dalam ilmu pengetahuan psikologi mengenai *peer attachment*, dan *celebrity worship*. Peneliti berharap agar penelitian ini dapat dijadikan sebuah referensi untuk melakukan penelitian selanjutnya.
 - b. Peneliti berharap dengan hasil penelitian yang didapat, menjadikan sebuah referensi bagi peneliti selanjutnya untuk membuat alat ukur yang telah disesuaikan dengan karakteristik di Indonesia, agar mendapatkan hasil penelitian yang lebih maksimal.

E. Struktur Organisasi Penulisan Skripsi

Pada skripsi penelitian ini disusun berdasarkan urutan sebagai berikut:

1. Bab I : Pendahuluan

Pada bab ini berisi mengenai pendahuluan yang menjelaskan latar belakang, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan struktur dari penulisan skripsi penelitian.

2. Bab II : Kajian Pustaka

Pada bab ini berisi mengenai penjelasan dari landasan teoritis variabel yang digunakan pada penelitian ini yaitu *peer attachment* dan *celebrity worship*. Selain itu pada bab ini juga menjelaskan mengenai kerangka berpikir dan hipotesis penelitian.

3. Bab III : Metode Penelitian

Pada bab ini berisi mengenai metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini. Selain itu menjelaskan mengenai desain penelitian, populasi dan sampel, variabel penelitian dan definisi operasional, teknik pengumpulan data, instrument penelitian, analisis data, dan prosedur pelaksanaan penelitian.

4. Bab IV : Hasil dan Pembahasan

Pada bab ini berisi mengenai hasil dan pembahasan penelitian yang telah dipaparkan secara lengkap. Data yang didapat pada penelitian ini melalui kuesioner, uji hipotesis, dan pembahasan akan dijelaskan pada bab ini, serta keterbatasan yang dialami oleh peneliti dalam melakukan penelitian.

5. Bab V : Kesimpulan dan Rekomendasi

Pada bab ini berisi mengenai kesimpulan dari apa yang telah dipaparkan dalam penelitian ini, dan menyampaikan rekomendasi dari peneliti berdasarkan penelitian yang telah dilakukan.