

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Fenomena demam idola saat ini sedang ramai hampir diseluruh dunia. Menariknya, fenomena ini banyak menyerang pada kalangan remaja. Demam idola ini bisa dikatakan sebagai menyukai idolanya secara berlebihan. Tanpa berfikir panjang, para remaja yang menyukai idolanya rela melakukan apapun, dari mulai mengeluarkan uang yang jumlahnya tidak sedikit, waktu, bahkan kesehatan dan keselamatan mereka.

Banyak ditemukan juga bahwa remaja yang mengidolakan seseorang bisa merusak dirinya sendiri karena mengidolakan idolanya secara berlebihan. Contohnya mereka bisa berteriak-teriak histeris ketika melihat idolanya, bahkan mereka bisa ikut sedih ketika idolanya mengalami kesulitan. Tak sedikit juga remaja yang merasakan sakit hati ketika idola mereka memiliki kekasih dsb. Bahkan lebih mirisnya lagi, para remaja dengan terang-terangan mengikuti penampilan idolanya, kemudian mereka mengikuti sifat, sikap bahkan perasaan sang idola.

Kemajuan teknologi juga sangat mendukung para remaja untuk mengetahui perkembangan idola mereka. Sosial media sangat berperan banyak dalam memberikan informasi mengenai idola mereka. Dari mulai Facebook, twitter, Instagram dsb. Karena yang kita tahu bahwa banyak dari kalangan artis pejabat atau yang lainnya adalah pengguna sosial media. Dengan demikian, tidak sedikit remaja

yang menghabiskan waktunya hanya untuk melihat dan mengikuti perkembangan sang idola lewat akun di sosial media.

Kemudian dampak dari fenomena demam idola ini kita bisa menemukan banyak sekali komunitas-komunitas yang berdiri, dimana di dalamnya berisi sekumpulan orang yang menyukai idola yang sama.

Seperti yang telah dipaparkan sebelumnya bahwa, demam idola ini banyak menyerang remaja. Usia remaja adalah usia yang rentan akan pengaruh baik yang positif maupun negatif. Erikson (dalam Santrock, 2007) menyatakan bahwa remaja mencoba untuk mengeksplorasi berbagai peran dan kepribadian. Eksplorasi kepribadian merupakan sebuah usaha yang disengaja dari remaja untuk membentuk identitas diri. Terdapat ratusan literatur mengenai peran-peran yang dicoba oleh remaja, seperti halnya terdapat begitu banyak cara yang dapat ditempuh untuk mengejar setiap peran.

Erikson (dalam Santrock, 2007) masa remaja adalah masa terjadinya krisis identitas atau pencarian identitas diri, terjadi pada masa remaja umur 10-20 tahun. Pencarian identitas diri tersebut berupa usaha untuk menjelaskan siapa dirinya, bagaimana perannya dalam keluarga maupun masyarakat. Masa remaja merupakan masa dimana seseorang atau manusia dalam proses menuju pencarian jati diri di masa awal kehidupan yang sebenarnya pada dirinya serta masa remaja merupakan masa yang sangat penting dalam pembentukan jati diri seseorang. Maka hal ini dapat

diartikan bahwa identitas diri atau jati diri merupakan proses terbentuknya konsep diri remaja.

Seperti pernyataan di paragraf sebelumnya, Erikson menyebutkan bahwa masa remaja adalah masa krisis identitas. Oleh karena itu masa remaja adalah masa pencarian identitas pribadi dan rentan terhadap pengaruh-pengaruh dari luar. Idola juga memberikan pengaruh yang besar terhadap remaja, apalagi jika idola tersebut merupakan tokoh dalam masyarakat (*public figure*), artinya mampu menarik minat yang besar sejumlah orang dalam jumlah yang besar pula. Menurut Erik Erikson, pada masa krisis identitas ini, hubungan sosial yang signifikan yang mempengaruhi remaja adalah model kepemimpinan. Dalam hal ini model kepemimpinan adalah seorang idola. (Kurniawan A, 2010). Kita bisa mengambil contoh fenomena seorang remaja yang mengagumi sebuah band misalnya, ketika remaja mengagumi band tersebut kemudian mulai menyukai lagunya, juga terbawa dengan isi lagu yang disampaikan maka remaja “terhipnotis”. Jika sudah seperti itu maka remaja akan mengidentifikasi segalanya dari idola yang ia sukai. Orang yang berhasil menyentuh hati remaja, ia akan menjadi idola remaja tersebut.

Bagi remaja, idola adalah sosok yang mampu memberikan inspirasi tentang kehidupan yang memberdayakan dan sentuhan-sentuhan emosional yang mampu memberikan penguatan juga inspirasi. Kebutuhan seorang remaja adalah kebutuhan untuk dipahami, dimengerti, dan didukung sepenuhnya. Kebutuhan untuk dipahami dan dimengerti memerlukan sentuhan emosional, dukungan sepenuhnya terhadap remaja memerlukan inspirasi yang tidak mengekang, namun memberikan wawasan

dan arahan yang tulus dan memberdayakan. Inspirasi yang memberdayakan adalah memberikan pilihan-pilihan yang sesuai dengan kondisi remaja (Kurniawan A, 2010).

Demam idola juga terjadi di Indonesia. Salah satunya yang sedang banyak digandrungi anak remaja adalah demam idola Korea selatan. Korea selatan telah berhasil menyebarkan budayanya ke dunia Internasional termasuk Indonesia. Berbagai macam hal dari Korea dapat masuk ke Indonesia, seperti film, musik, *fashion*, bahkan hingga produk-produk kecantikan pun mampu masuk ke Indonesia.

Proses penyebaran budaya Korea Selatan ini dikenal dengan istilah *Korean Wave* atau *Hallyu*. Proses penyebaran budaya Korea ke dunia internasional tidak bisa dilepaskan dari keberadaan media masa seperti internet, *Facebook*, *twitter*, *youtube*, dan sebagainya, bahkan bisa dikatakan bahwa media masa adalah saluran utama penggerak *Korean Wave* (Pertiwi A.S, 2013).

Budaya Korea ini berkembang secara pesat dikancah Internasional dan juga dengan cepatnya diterima oleh masyarakat. *Hallyu* atau *Korean Wave* adalah sebuah istilah yang diberikan untuk tersebarnya budaya Pop Korea atau gelombang Korea secara global di berbagai negara di dunia termasuk Negara Indonesia, atau secara singkat mengacu pada globalisasi budaya Korea Indonesia saat ini, fenomena gelombang Korea melanda generasi muda terutama remaja Indonesia yang umumnya menyukai drama atau disebut K-Drama dan Musik Pop korea atau yang lebih dikenal dengan k-pop (Korean Pop) (Pratiwi A.S, 2013).

Jika kita tengok ke bioskop-bioskop yang tersebar di Indonesia, pasti kita bisa menemukan film yang memang berasal dari negeri ginseng tersebut. Bahkan jika kita

tidak menemukan film di bioskop, banyak situs-situs *website* yang menyediakan film atau drama Korea secara *up to date* bahkan para pedagang cd pun banyak menyediakan film atau drama dari negara Korea Selatan ini.

Selain film dan drama Korea yang dengan mudah diterima di dunia Internasional salah satunya di Indonesia, Korea juga memiliki istilah k-pop atau korean pop. k-pop ini tidak akan terpisahkan dari demam idola Korea. Musik K-Pop ini sebenarnya sudah muncul dari tahun 1930 an namun *booming* di Indonesia sekitar tahun 2000 an dengan munculnya berbagai artis pendatang baru seperti boyband Super Junior, Bigbang (Wikipedia Indonesia, 2015).

Selain itu dengan masuknya produk-produk asal Korea, seperti *make up*, *fashion* sangat diterima oleh orang Indonesia sehingga tidak heran jika kita melihat Korea menjadi salah satu negara kiblat *fashion*. Dengan begitu banyak juga remaja Indonesia yang mengikuti *trend fashion* dari negara Korea ini. Hal ini tidak terlepas dari kemajuan teknologi yang semakin hari semakin berkembang.

Seperti yang telah dibahas sebelumnya bahwa demam idola Korea ini tidak terlepas dari perkembangan teknologi yang sangat pesat dan peran media sosial yang sangat berpengaruh besar. Sebagian besar artis Korea pasti mempunyai media sosial. Salah satu media sosial yang banyak digunakan oleh artis Korea adalah Instagram. Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri (Wikipedia Indonesia, 2015). Melalui Instagram para artis dapat membagikan foto-foto kegiatan apa yang

mereka lakukan. Dilansir Drama Fever, survey ini juga merilis fans dari negara mana yang paling banyak mem-follow seleb Korea. Hasilnya sungguh mengejutkan, Indonesia terbukti menjadi negara yang paling banyak mem-follow bintang Negeri Ginseng itu, dilanjutkan oleh Korea, Thailand, Amerika, Brazil, dan German (Kapan Lagi.com, 2015). Bisa dilihat dari hasil survey diatas, bahwa masyarakat Indonesia banyak sekali mengagumi artis-artis asal negara Korea.

Bandung adalah salah satu kota besar yang ada di Indonesia. Dari hasil wawancara, Bandung sendiri memiliki banyak komunitas. Maka Dinas Pemuda dan Olah Raga (DISPORA) kota Bandung ini memiliki inisiatif untuk menampung komunitas hobby dan kreatif yang ada di Bandung dan diberikanlah nama Bandung Youth Forum (BYF). Komunitas yang terdaftar secara resmi ada lebih dari 100 komunitas. Misalnya komunitas *Peace Generation*, komunitas API Bandung, komunitas Pemuda Hijrah dan masih banyak lagi. Satu dari sekian banyak komunitas yakni adalah Komunitas K-Pop Bandung. (Wawancara Pribadi).

Salah satu dampak dari gelombang *Korean Wave* ini terjadi di Kota Bandung. Banyak anak muda Bandung yang mengagumi idola-idola mereka dari Korea, sehingga mereka membentuk sebuah komunitas yang bernama Komunitas K-Pop Bandung, yang dimana didalamnya menampung anak-anak muda yang menyukai berbagai hal tentang Korea. Ini berdampak pada perilaku mereka. Seperti misalnya mengagumi secara berlebihan, rela membeli barang-barang yang berkaitan dengan idola mereka atau bahkan rela mengeluarkan uang banyak hanya untuk menonton konser musik idola mereka.

KKP adalah Komunitas k-pop Bandung yang diresmikan pada tanggal 11 Januari 2015 di Mall Lucky Square Bandung. KKP ini diresmikan dan diakui oleh DISPORA (Dinas Pemuda dan Olahraga) kota Bandung Bapak Dr. Ir. H. Adjie Giyatmiko S, M.Si. Pendiri dari komunitas ini adalah Anna dan Anno yang pada dasarnya sudah berteman lama.

KKP ada karena melihat besarnya antusias pemuda Bandung yang menggemari budaya Korea baik itu musik, *fashion* ataupun bahasa. Selain itu tujuan lain dari berdirinya KKP ini adalah untuk menjadi wadah komunitas yang mengarahkan, membina penggemar Korea di kota Bandung, baik itu dari segi kualitas tari, olah vokal, penampilan saat pentas, kemampuan berorganisasi ke standar yang lebih baik. Karena banyak penggemar Korea yang masih belum terarah dan berjalan masing-masing maka dari itu komunitas k-pop Bandung ingin merangkul setiap penggemar Korea dan saling mendukung satu sama lain ke arah yang lebih baik.

Penggemar Korea yang dirangkul oleh komunitas k-pop Bandung ini dari berbagai usia, mulai dari usia 12 tahun hingga 30 tahun. Namun anggota didominasi oleh remaja di rentang usia 12-22 tahun.

Kegiatan yang dapat kita lihat adalah banyaknya anak muda yang melakukan berbagai macam hal berkaitan dengan rasa suka mereka terhadap idolanya. Jika kita berkunjung ke balai kota Bandung sore hari, kita dapat melihat banyak sekali anak muda yang berkumpul di sana. Mereka berkumpul di sana dengan tujuan berlatih (*dance cover*) mengikuti grup idola mereka.

Dari fenomena yang telah dijelaskan sebelumnya, diketahui bahwa banyak remaja yang bisa dikatakan mengalami *celebrity worship*. Menurut Maltby, dkk *Celebrity Worship* adalah suatu bentuk dari hubungan parasosial dimana seseorang menjadi terobsesi terhadap selebriti (Frederika, Suprpto & Tanojo, 2015). Hubungan parasosial adalah hubungan yang diimajinasikan antara fans dengan sosok yang diidolakan yang bersifat satu arah, dari fans kepada idola (Frederika, Suprpto & Tanojo, 2015). *celebrity worship* dibagi menjadi tiga *level*, yaitu: *entertainment social value*, motivasi yang mendasari pencarian aktif fans terhadap selebriti, *intense-personal feeling*, refleksi perasaan intensif dan kompulsif terhadap selebriti, dan *borderline pathological tendency*, sikap seperti kesediaan melakukan apapun demi selebriti (Maltby, dkk., 2005). Dalam demam k-pop ini banyak anak muda yang menjadi terobsesi pada idolanya ditunjukkan dengan banyak perilaku. Misalnya, menirukan apa yang idolanya gunakan, gaya hidup idolanya bahkan pada fans k-pop banyak orang yang melakukan *dance cover boyband* dan *girlband* idola mereka. *Dance cover* merupakan istilah untuk orang-orang yang menirukan tarian dari satu grup tertentu. Ditambah lagi dengan anak muda yang mengikuti gaya hidup selebriti Korea.

Pada masa remaja tingkah laku sangat dipengaruhi oleh pengetahuan tentang siapa dirinya dan bagaimana dirinya, namun tingkah laku sosial remaja juga dipengaruhi oleh penilaian dan evaluasi terhadap dirinya, baik secara positif maupun secara negatif. Penilaian atau evaluasi secara positif dan negatif terhadap diri ini disebut harga diri atau *self-esteem* (Frederika, Suprpto & Tanojo, 2015). *Self-esteem*



atau penghargaan diri adalah bagaimana seseorang merasa tentang dirinya sendiri, suatu ukuran bagaimana individu tersebut menghargai atau mengagumi dirinya sendiri yang akan berubah dari waktu ke waktu tergantung dari berbagai pengaruh, seperti kesuksesan, sikap orang lain terhadap individu tersebut, bahkan bentuk fisik (Yuliyana L, 2008). Harga diri yang positif akan membuat remaja dapat mengatasi penolakan sosial (tidak diterima dan tidak menyatu) di lingkungannya (Vaughan & Hogg, dalam Frederika, Suprpto, & Tanojo, 2015). Berbeda halnya dengan harga diri remaja yang negatif, remaja akan sukar dalam menerima penolakan sosial jika harga diri yang dimilikinya negatif, untuk itu berbagai hal akan dilakukan untuk menaikkan harga dirinya. Harga diri yang negatif menjadi salah satu faktor penyebab gangguan psikologis atau penyimpangan perilaku pada remaja (Swenson dan Prelow, 2005; Beaty, 1995; Bussel, 1995 dalam Frederika, Suprpto, & Tanojo, 2015). *Celebrity worship* adalah perilaku menyimpang yang dimana seseorang berlebihan dalam menyukai seorang selebriti.

*Self-esteem* juga berpengaruh pada sikap dari seorang remaja. Jika remaja tidak dapat mengendalikan dirinya atau bisa dikatakan *self-esteem* negatifnya lebih kuat maka dia akan terjerumus ke hal-hal yang negatif. Nunally mengatakan bahwa penyebab para remaja tersebut terjerumus ke hal-hal negatif, salah satunya adalah karena kepribadian yang lemah, seperti kurang bisa mengekspresikan diri, menerima umpan balik, menyampaikan kritik, menghargai hak dan kewajiban, kurang bisa mengendalikan emosi dan agresifitas serta tidak dapat mengatasi masalah dan konflik dengan baik (Yasdiananda, 2013).

Kemudian peneliti melakukan wawancara terhadap subjek perempuan dengan inisial R, dia adalah salah satu penggemar k-pop yang mendalami dunia *dance cover*. *Dance cover* yang dia lakukan yaitu *dance cover* grup idola laki-laki, sehingga R merubah penampilannya seperti laki-laki. Dari mulai potongan rambut pendek hingga gaya berpakaian. Ketika ditanya mengenai hal tersebut, ternyata R merasa nyaman dengan penampilannya. Bukan hanya untuk kepentingan *dance cover*, namun dalam kesehariannya juga R berpenampilan seperti layaknya seorang laki-laki (Wawancara Pribadi).

Dari hasil wawancara di paragraf sebelumnya, bisa kita lihat bahwa R bisa dikatakan memiliki penghargaan diri yang negatif karena R adalah seorang perempuan namun dia merubah penampilannya seperti seorang laki-laki untuk kepentingannya dalam melakukan *dance cover* grup idola laki-laki.

Peneliti juga melakukan wawancara pribadi terhadap salah satu anggota *dance cover* berinisial M dan berjenis kelamin perempuan. M ini menyukai k-pop dari sejak SMP namun baru bergabung dengan grup *dance cover* ketika M SMA. M melakukan *dance cover girl grup*. Namun ketika itu M merubah penampilannya yang awalnya berkerudung, menggunakan baju panjang menjadi tidak berkerudung dan menggunakan pakaian-pakaian pendek. M melakukan perubahan gaya mulai dari rambut hingga pakaian sehingga M ini menjadi mirip dengan posisi artisnya ketika M melakukan *dance cover*.

Bisa dilihat dari hasil wawancara di paragraf sebelumnya, bahwa M memiliki penghargaan diri yang negatif. M yang awalnya menggunakan kerudung, berpakaian tertutup, rela merubah penampilannya agar sama dengan idola nya.

Menurut Coopersmith (1967), terdapat empat aspek *self-esteem* yaitu *power*, *significance*, *virtue* dan *competence*.

- a. Kekuatan atau *power* menunjukkan pada adanya kemampuan seseorang untuk dapat mengatur dan mengontrol tingkah laku dan mendapat pengakuan atas tingkah laku tersebut dari orang lain.
- b. Keberartian atau *significance* menunjukkan pada kepedulian, perhatian, afeksi dan ekspresi cinta yang diterima oleh seseorang dari orang lain.
- c. Kebajikan atau *virtue* menunjukkan suatu ketaatan individu untuk mengikuti standar moral dan etika serta agama.
- d. Kemampuan atau *competence* menunjukkan suatu performasi yang tinggi untuk memenuhi kebutuhan dan mencapai prestasi.

Remaja yang mengalami *celebrity worship*, maka sudah pasti dia akan menirukan atau menjadikan idolanya sebagai contoh untuk dirinya. Sedangkan seharusnya *self-esteem* pada remaja itu bagaimana dia mengetahui tentang dirinya, bagaimana ia menjalani kehidupan sebagai dirinya. Ketika remaja menyukai sesuatu dan membuat remaja menjadi mengikuti segala tentang hal yang disukai, maka bagaimana ia akan menghargai dirinya.

Berdasarkan pemaparan di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan negatif antara *self-esteem* dengan *celebrity worship* pada remaja di komunitas k-pop Bandung dengan harapan agar peneliti dapat mengetahui apakah terdapat hubungan negatif antara *self-esteem* dengan *celebrity worship*.

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan permasalahan yang telah dipaparkan dalam latar belakang, maka dapat diambil rumusan masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran *self-esteem* pada remaja di komunitas k-pop Bandung?
2. Bagaimana gambaran *celebrity worship* pada remaja di komunitas k-pop Bandung?
3. Apakah terdapat hubungan negatif antara *self-esteem* dengan *celebrity worship* pada remaja di komunitas k-pop Bandung”.

### **C. Tujuan Penelitian**

Jika melihat dari rumusan masalah, maka tujuan penelitian adalah :

1. Untuk melihat gambaran *self-esteem* pada remaja di komunitas k-pop Bandung.
2. Untuk melihat gambaran *celebrity worship* pada remaja di komunitas k-pop Bandung.

3. Untuk melihat hubungan negatif antara *self-esteem* dengan *celebrity worship* pada remaja di komunitas k-pop Bandung.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

Kegunaan dari penelitian ini adalah :

##### **1. Kegunaan Teoritis**

Manfaat penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi untuk penelitian sejenis sebagai sumbangan secara konseptual dalam rangka mengembangkan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang psikologi.

##### **2. Kegunaan Praktis**

Manfaat praktis dari penelitian ini dapat menjadi informasi bagi yang membaca tentang seperti apa *celebrity worship* secara mendalam dan juga tentang *self-esteem*. Begitu juga memberikan tambahan informasi terutama pada penggemar k-pop mengenai hubungan *self-esteem* dengan *celebrity worship*.