

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Celebrity worship merupakan perilaku obsesi yang menyebabkan pola perilaku di mana seseorang secara virtual terobsesi pada satu atau lebih selebriti. *Celebrity worhsip* merupakan hubungan parasosial sehingga hanya salah satu pihak mengetahui berbagai informasi tentang idolanya, meski idolanya tidak mengetahui secara personal mengenai penggemarnya (Zsila dkk., 2020). Perilaku *celebrity worship* dapat berupa mencari informasi mengenai idola, membeli tiket untuk bertemu atau menonton idola secara langsung, memikirkan idola terus menerus, mengikuti gaya berpakaian atau berbicara, hingga melakukan kegiatan kompulsif dan impulsif agar bisa selalu mengetahui kegiatan dan aktivitas idolanya (Anastasia dkk., 2020). Fenomena ini banyak ditemukan di kalangan remaja.

Remaja merupakan kelompok individu berusia 12 hingga 25 tahun. Pada fase ini, individu sedang berada dalam proses pencarian jati diri dengan melakukan eksplorasi terhadap berbagai budaya dan tren (Cindoswari & Dina, 2019). Remaja juga berada pada usia transisi dari anak ke dewasa sehingga mengalami berbagai perkembangan baik fisik, emosi, dan psikis. Mereka cenderung ingin merasakan kebebasan untuk mencari banyak hal sebagai panutannya (Azizah & Kristiutami, 2020).

Korean Pop atau selanjutnya disebut sebagai K-Pop merupakan genre musik dari Korea Selatan atau selanjutnya disebut sebagai Korea. K-Pop identik dengan

musiknya yang ceria, bertempo cepat, serta lirik yang menggabungkan bahasa Korea dengan sedikit bahasa Inggris. K-Pop dapat dibawakan secara grup atau solo sambil melakukan *modern dance*. (Indira dkk., 2022). K-Pop juga berkaitan dengan budaya dan daya tarik lain seperti drama Korea sehingga tidak sedikit pula aktor dan aktris yang menjadi idola masyarakat. Grup, penyanyi solo, dan aktor atau aktris yang diidolakan tersebut selanjutnya disebut sebagai *idol*. K-Pop terus berkembang dan menjadi tren yang diikuti oleh masyarakat. Hal ini juga terjadi khususnya di kalangan remaja yang kemudian menimbulkan perilaku *celebrity worship*.

Perilaku *celebrity worship* merupakan salah satu perilaku yang khas pada masa remaja yang didorong oleh masalah identitas diri sehingga remaja cenderung mencari sosok ideal sebagai panutan baru. Perilaku ini menjadi salah satu bagian dari hubungan parasosial di mana salah satu pihak mengetahui berbagai informasi tentang pihak lainnya, tetapi tidak sebaliknya (Benu dkk., 2019). Remaja biasanya akan mencari informasi sebanyak-banyaknya dan aspek lainnya yang berhubungan dengan idola mereka. Remaja juga memiliki kecenderungan untuk mengikuti gaya rambut, pakaian, gaya hidup, hingga gaya berbicara *boyband* dan *girlband* yang digemarinya (Brown & Tiggemann, 2022).

Sebuah berita dari Kumparan menunjukkan bahwa 74% perempuan Indonesia penggemar K-Pop memiliki perilaku *celebrity worship* dan cenderung mengarah pada obsesi berlebihan (Kasmizar, 2022). Apabila ditinjau dari sudut pandang psikologi, perilaku *celebrity worship* adalah bagian dari hubungan parasosial, yaitu hubungan satu arah antara dua pihak di mana hanya satu pihak yang merasakan hubungan interpersonal. Pada kasus K-Pop, penggemar merasa

adanya hubungan mendalam dengan idolanya meski idolanya tidak merasakan hubungan apapun atau bahkan tidak mengenal penggemar secara pribadi (Nadhifa, 2022).

Salah satu daerah dengan populasi remaja penggemar K-Pop yang pesat adalah Kota Bandung. Biasanya remaja ini meniru penampilan, gaya keseharian, dan berpakaian dari idola atau seringkali disebut sebagai *idol* masing-masing. Para remaja juga biasanya melakukan aktivitas rutin yang menjadi wadah untuk setiap individu menampilkan rasa cintanya terhadap idolanya (Arief & Yulianita, 2022).

Wawancara pendahuluan terhadap 5 anggota komunitas K-Pop di Kota Bandung menunjukkan bahwa informan mengaku kesulitan mengatur waktu dengan baik dan cenderung menghabiskan waktu yang berlebihan untuk menonton atau mencari informasi tentang *idol* mereka di media sosial hingga berjam-jam. Sebanyak dua informan merasa sulit mengendalikan diri dalam hal membeli barang-barang yang terkait dengan idolanya, seperti membeli paket data internet dan tiket konser. Informan juga menyatakan bahwa mereka terlibat dalam khayalan tentang *idol* mereka dan terkadang membawa emosi berlebihan ketika membicarakan tentang *idol* tersebut.

Hal ini menunjukkan adanya peran komunikasi dalam mengubah perilaku seseorang. Komunikasi merupakan elemen yang sangat mendasar dalam kehidupan manusia. Bahkan, komunikasi telah menjadi fenomena yang mendasari terbentuknya perilaku masyarakat (Rismawaty dkk., 2014, hal. 65). Fenomena ini secara khusus dikaji dalam psikologi komunikasi. Remaja penggemar K-Pop dapat membentuk perilaku karena obsesi pada idolanya yang berdampak pada dirinya

sendiri dan lingkungan sekitarnya. Pada tingkat yang lebih parah, perilaku *celebrity worship* dapat menyebabkan depresi, gangguan kecemasan, disfungsi sosial, hingga ketidakpuasan terhadap dirinya sendiri.

Perilaku *celebrity worship* dapat semakin parah apabila tidak segera ditangani dan dibatasi. Dilansir dari media berita daring, seorang remaja di Kota Bandung menggunakan uang kuliahnya untuk membeli *merchandise* K-Pop dan membayar uang kuliah dengan meminjam uang temannya. Hal ini dilakukannya dua kali. Perilaku ini menunjukkan bagaimana seorang penggemar melakukan segala cara ketika tenggelam dalam perilaku *celebrity worship* dan mengarah pada perilaku lain yang tidak sehat karena mengganggu kehidupannya sendiri (Mawardi, 2023). Dampak negatif dari perilaku ini dapat dicegah dan dikendalikan dengan menyadari adanya perubahan perilaku sebagai dampak *celebrity worship* pada kalangan remaja (Azzahra & Ariana, 2021).

Berdasarkan peristiwa tersebut, komunikasi dapat menyebabkan respon psikologis pada komunikannya. Perkembangan pesat budaya K-Pop menimbulkan perilaku *celebrity worship* di kalangan remaja penggemar K-Pop di Kota Bandung. Pada penelitian ini, peneliti meneliti dampak fenomena *celebrity worship* pada kalangan penggemar K-Pop usia remaja Kota Bandung yang meliputi aspek: (1) *entertainment social*, yaitu ketika remaja merasa idolanya menghibur sehingga mencari secara aktif berbagai informasi, (2) *intense personal feeling*, yaitu adanya perasaan intensif dan kompulsif, dan (3) *borderline pathological*, yaitu remaja rela melakukan apapun demi selebriti (Thalia & Soetjningsih, 2023).

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan, peneliti tertarik untuk meneliti dengan judul “**Dampak Fenomena *Celebrity Worship* Pada Kalangan Penggemar K-Pop Usia Remaja Kota Bandung**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti merumuskan masalah yang ada terdiri dari rumusan masalah makro dan mikro.

1.2.1 Rumusan Masalah Makro

Rumusan masalah makro dalam penelitian ini berdasarkan latar belakang di atas yaitu “bagaimana dampak fenomena *celebrity worship* di kalangan penggemar K-Pop usia remaja Kota Bandung?”

1.2.2 Rumusan Masalah Mikro

Berdasarkan uraian latar belakang yang sudah ditulis, maka identifikasi masalah yang ditemukan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana **hiburan sosial (*entertainment-social*)** pada perilaku sosial penggemar remaja K-Pop Kota Bandung?
2. Bagaimana **perasaan personal yang intens (*intense personal feeling*)** pada perilaku sosial penggemar remaja K-Pop Kota Bandung?
3. Bagaimana **kecenderungan patologis (*borderline pathological tendency*)** pada perilaku sosial penggemar remaja K-Pop Kota Bandung?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dan juga tujuan dari penelitian ini adalah mengumpulkan data, mempelajari, dan menganalisis sejauh mana dampak fenomena *celebrity worship* pada perilaku sosial penggemar remaja K-Pop Kota Bandung.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui **hiburan sosial (*entertainment-social*)** pada perilaku sosial penggemar remaja K-Pop Kota Bandung.
2. Untuk mengetahui **perasaan personal yang intens (*intense personal feeling*)** pada perilaku sosial penggemar remaja K-Pop Kota Bandung.
3. Untuk mengetahui **kecenderungan patologis (*borderline pathological tendency*)** pada perilaku sosial penggemar remaja K-Pop Kota Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah pemahaman baik bagi peneliti maupun pembaca mengenai dampak fenomena yang disebut *celebrity worship* di kalangan penggemar usia remaja.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Kegunaan Bagi Peneliti

Penelitian ini merupakan penerapan materi yang didapat selama perkuliahan.

Penelitian ini juga dapat menimbulkan gagasan serta pandangan empiris

mengenai dampak fenomena *celebrity worship* pada perilaku sosial penggemar remaja K-Pop Kota Bandung.

2. Kegunaan Bagi Program Studi

Hasil dari penelitian ini dapat menjadi arsip dan referensi bagi mahasiswa Program Studi Ilmu komunikasi khususnya di Universitas Komputer Indonesia dalam melakukan penelitian lanjutan.

3. Kegunaan Bagi Penggemar K-Pop

Peneliti berharap bahwa penelitian ini dapat dijadikan pengetahuan dan indikator sehingga penggemar K-Pop bisa mengidentifikasi, menyadari, dan menghindari dampak negatif dari perilaku *celebrity worship*.

4. Kegunaan Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini dapat memberikan pemahaman tentang dampak perilaku *celebrity worship* di kalangan idola K-Pop pada perilaku dan kesehatan mental remaja. Hasil penelitian ini juga dapat membantu orang tua dan pendidik dalam mendampingi remaja, serta memberikan wawasan bagi pembuat kebijakan dan mendukung perkembangan positif remaja.