

Bab I Pendahuluan

Latar Belakang Masalah

SHINee merupakan salah satu *grup idol* yang berasal dari Korea Selatan yang banyak digemari oleh remaja bahkan orang dewasa di berbagai negara termasuk Indonesia. Grup dengan lima anggota ini memulai karirnya semenjak tahun 2008. Sejak saat itu sudah menjadi *trend fashion* baru di kalangan remaja Korea sehingga dikenal sebagai “*trend SHINee*” (Han, 2008). Setiap grup *idol* memiliki nama fansnya masing-masing yang dikenal dengan istilah *fandom*, seperti Shawol untuk sebutan *fandom* SHINee. Shawol selalu mendukung setiap kegiatan SHINee.

Pada tanggal 18 Desember 2017 salah satu anggota SHINee yaitu Kim Jonghyun meninggal dunia pada usia 27 tahun karena bunuh diri. Ia melakukan bunuh diri dengan cara menghirup gas beracun karbon monoksida di apartemennya. Penyebab bunuh diri diketahui karena depresi. Hal ini diperkuat oleh pesan kematian yang diberikan kepada sahabatnya. Dari surat tersebut diketahui bahwa Jonghyun sudah melawan depresinya sejak lama, bahkan sudah mencoba pertolongan ke psikolog dan psikiater. Namun, ia tidak mendapatkan hasil yang memuaskan dari pengobatannya (Ratnasari, 2017). Sebenarnya secara tidak langsung Jonghyun telah mengisyaratkan bahwa dirinya merupakan penderita depresi. Mulai dari lirik lagu yang dibuatnya, postingan *instagram* dan *twitter*nya, hingga mengungkapkan bahwa dirinya memiliki seekor anjing hitam yang apabila disentuh akan menggigit. Anjing hitam tersebut merupakan metafora yang dipakai untuk melambangkan depresi (Anandayu, 2017).

Setelah kejadian tersebut Shawol Indonesia melakukan beberapa tindakan berbeda dari Shawol yang berasal dari negara lain. Pertama, Shawol mengadakan kegiatan positif seperti mengumpulkan dana. Hingga awal bulan Februari 2018 tercatat sebanyak Rp.466.481.947 yang diserahkan ke 6 lembaga yakni ACT, Adam Fabumi Foundation, JAAN, Insan Bum

Mandiri, Yayasan Konseling dan Gerak Korporel Pemuda. Donasi ini berawal dari seorang Shawol sebagai bentuk duka cita atas kematian Jonghyun. Sebenarnya target awal diperkirakan hanya Rp.100.000.000, tetapi berkat bantuan Shawol yang lain serta K-Popers Indonesia untuk membantu orang-orang yang membutuhkan, dana yang terkumpul jauh melebihi target.

Kedua, Shawol dari berbagai kota di Indonesia mengadakan penghormatan terakhir untuk mendoakan dengan membawa bunga, *banner*, foto ataupun lilin ketika acara. Kegiatan ini dilakukan dalam beberapa slot dengan durasi waktu yang telah ditetapkan di beberapa kota besar, salah satunya di kota Jakarta. Shawol yang menghadiri penghormatan terakhir bagi Jonghyun di Jakarta hanya diperbolehkan hadir dalam satu kali slot dan wajib mengisi formulir sesuai slot waktu yang dipilih.

Ketiga, setelah kepergian Jonghyun bertepatan saat ulang tahun Jonghyun yang ke 28 tahun pada 8 April 2018 lalu, Shawol Korea dan Internasional termasuk dari Indonesia ramai memeriahkan hari kelahiran Jonghyun. Hal ini terbukti dari *trending* topik dunia di *twitter* pada hari tersebut. Selain itu juga masih banyak Shawol yang mengunggah ke akun sosial media mereka terkait peringatan kematian Jonghyun tepat tanggal 18 setiap bulannya seperti masih merasakan kesedihan yang terulang jika mendapati tanggal tersebut.

Selain itu ada juga Shawol Indonesia yang melakukan tindakan negatif. Setelah mendengar kabar kematian Jonghyun beberapa Shawol mulai mengalami depresi. Pada akun sosial media ada Shawol yang mengungkapkan bahwa mereka mengalami depresi, tertekan, *mental down*, dan pernah melakukan *self injury* serta tidak bisa lagi menangani penyakit fisik dan mental yang dideritanya dan ingin bertemu Jonghyun saja dalam hal ini berarti bunuh diri.

Selanjutnya, terdapat 2 orang Shawol yang mencoba melakukan percobaan bunuh diri. Salah satunya mencoba dengan cara *over dosis* obat hingga memerlukan perawatan

medis dan yang satu lagi karena dehidrasi kemudian pingsan. Sebelumnya, mereka menjadikan SHINee penyemangat ketika sedang mengalami masalah seperti kehilangan orang tua dan *broken home*, sehingga saat Jonghyun meninggal mereka mengalami depresi kembali sehingga terinspirasi untuk melakukan hal yang sama (Maulana, 2017).

Indonesia sendiri, kasus bunuh diri sudah marak terjadi. Pada tahun 2015, WHO menyatakan angka bunuh diri di Indonesia mencapai 2,9/100.000 jiwa. Bunuh diri merupakan masalah yang kompleks karena tidak diakibatkan oleh penyebab yang tunggal tetapi karena interaksi yang kompleks dari faktor biologi, genetik, psikologis, sosial, budaya dan lingkungan (Depkes RI, 2014).

Sudah menjadi *trend* umumnya tingkat bunuh diri meningkat setelah ada selebriti yang meninggal dunia. Hal ini dapat diasumsikan bahwa para penggemar terpancing untuk melakukan hal yang sama dengan idolanya. Semenjak berita kematian Jonghyun beberapa orang Shawol melakukan aksi serupa dengan alasan ingin menyusul sang idola. Kabar meninggal berasal dari 5 Shawol asal Chili, 1 Shawol asal USA, dan 1 Shawol asal Korea Selatan (Elzaki, 2017).

Semenjak kematian Jonghyun angka kematian di Korea Selatan meningkat, meskipun Jonghyun bukanlah selebriti Korea pertama yang melakukan tindakan tersebut. Kematian Choi Jin-sil pada tahun 2008 dilaporkan meningkatkan 70% angka bunuh diri di Korea Selatan dalam jangka satu bulan, atau meningkat 700 kasus dari biasanya (Pikiran Rakyat, 2017). Begitu juga Hollywood, di mana banyak musisi besar memilih mengakhiri hidup di tangannya sendiri. Di antara mereka adalah nama-nama besar dengan penggemar di berbagai negara, seperti Chester Bennington, Robin Williams, Marilyn Monroe, Alexander McQueen, Mindy McCready, dan Chris Cornell (Haryanto, 2017). Angka bunuh diri di Amerika Serikat meningkat hampir 10% menyusul kematian aktor Robin William pada 2014. Kasus bunuh diri bahkan meningkat lebih tinggi di kalangan pria dan mereka yang mengakhiri hidup

dengan meniru cara Williams, yaitu dengan mati lemas. Kasus bunuh diri menyusul kematian Williams naik sebanyak 12.9% pada pria usia 30-44 dan studi menemukan kenaikan sebanyak 32% dalam kasus kematian akibat mati lemas (VOAIndonesia, 2018).

Data di atas diperkuat oleh penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa kasus bunuh diri pada selebriti Korea Selatan menginspirasi kasus bunuh diri lainnya. Hal ini dipengaruhi oleh pemberitahuan media tentang cara bunuh diri, penyebab bunuh diri, hingga surat wasiat yang dipublikasi kepada masyarakat umum. Bunuh diri selebriti laki-laki lebih mempengaruhi sebagian besar perempuan untuk melakukan hal yang sama seperti apa yang dilakukan oleh selebriti laki-laki tersebut untuk mengakhiri hidupnya (Jang, Sung, Park, & Jeon, 2016).

Bunuh diri sendiri di dalamnya terdapat tahapan ide bunuh diri. Ide bunuh diri merupakan rencana dan keinginan untuk bunuh diri tetapi orang tersebut tidak menunjukkan usaha untuk bunuh diri, secara logis mendahului upaya percobaan atau perilaku bunuh diri (Beck & Kovasc, 1979). Sebenarnya terdapat banyak faktor mengapa seseorang nekat mengakhiri hidupnya sendiri. Dari banyaknya faktor yang menyebabkan seseorang melakukan bunuh diri, beberapa penelitian mengungkapkan bahwa perilaku bunuh diri terjadi karena ketidakberdayaan (Valentina & Helmi, 2016) dan kecerdasan emosional pada remaja (Pramana, 2014). Penyebab seseorang melakukan bunuh diri dapat dikelompokkan menjadi tiga. Pertama, masalah individu seperti, depresi, *hopelessness*, frustrasi, malu, penyalahgunaan obat terlarang. Kedua, faktor lingkungan yaitu keluarga, sekolah, teman, dan tempat kerja. Ketiga ada faktor budaya dan kehidupan sosial lainnya (Gamayanti, 2014).

Kebanyakan Shawol di Indonesia mengetahui aktivitas SHINee melalui sosial media. Berita yang ada pada sosial media terus *update* setiap harinya sehingga Shawol merasa berada di dekat anggota SHINee, bahkan rela melakukan apa saja demi SHINee. Hal ini menimbulkan *celebrity worship*. Menurut McCutcheon, Ashe, Houran, & Maltby (2003),

celebrity worship (pemujaan selebriti) adalah suatu bentuk dari hubungan parasosial dimana seseorang terobsesi terhadap selebriti. *Celebrity worship* dibagi menjadi tiga level, yaitu pertama *entertainment social value* yaitu motivasi yang mendasari pencarian aktif fans terhadap selebriti. Kedua *intense-personalfeeling*, merupakan refleksi perasaan intensif dan kompulsif terhadap selebriti. Ketiga *borderline-pathological tendency*, sikap seperti kesediaan melakukan apapun demi selebirti (Maltby, 2005).

Pada Shawol Indonesia *celebrity worship* terlihat dari beberapa perilaku. Beberapa di antaranya seperti saat konser SHINee pada tahun 2016, Shawol Indonesia banyak yang menggunakan hijab berwarna hijau toska mirip dengan warna *official* SHINee (Hidayati, 2016). Mengadakan acara seperti penggalangan dana saat ada anggota SHINee yang berulang tahun atau saat *anniversery* SHINee, mengadakan proyek untuk album SHINee ketika *comeback*, membeli makanan yang sama seperti yang dimakan anggota SHINee, menggunakan pakaian yang sama seperti anggota SHINee, hingga melakukan hal yang sama ketika Jonghyun meninggal. Hal ini diperkuat dari hasil wawancara terhadap tiga orang Shawol yang menyatakan bahwa mereka bersedih maupun senang tergantung keadaan anggota SHINee, apabila ada pemberitaan yang menyenangkan terkait anggota SHINee maka suasana hati mereka menjadi gembira dan juga sebaliknya. Seperti yang terjadi ketika peringatan setahun kematian Jonghyun SHINee yang dilakukan pada komunitas Shawol yang berada di Jabodetabek, masih banyak Shawol yang menangis bahkan berkata bahwa Jonghyun masih hidup dan belum mempercayai sepenuhnya kepergian Jonghyun. Selain itu ada juga yang mengatakan terinspirasi untuk bunuh diri ketika mendengar kabar Jonghyun.

Beberapa penelitian yang terkait dengan *celebrity worship* mengungkapkan bahwa *celebrity worship* tidak hanya terjadi pada remaja, bahkan dewasa awalnun juga masih melakukan pemujaan terhadap selebriti (Widjaja & Ali, 2015). Penelitian lainnya mengungkapkan bahwa pemujaan terhadap selebriti berdampak pada *intimate relationship*

dan juga munculnya suatu bentuk pengorbanan dari fans untuk idola yang disukai (Putra, 2012). Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Maltby, Houran, dan McCutcheon (2003), bahwa seseorang dengan tingkat *celebrity worship* yang tinggi akan berperilaku mengikuti selebriti kesukaannya sehingga menghambat perkembangan seseorang.

Ketika seseorang yang bersedia melakukan apapun demi selebriti kesukaannya bahkan sampai mengikuti cara kematian selebriti tersebut seperti melakukan bunuh diri karena selebriti kesukaannya bunuh diri seolah-olah kehidupannya hanya untuk selebriti tersebut. Hal ini menunjukkan rendahnya tujuan hidup para penggemar karena kebanyakan tingkah lakunya mengikuti selebriti kesukaannya. Menurut Heisel dan Fleet (2004), studi sebelumnya menyatakan bahwa tujuan dalam hidup dan kepuasan dengan kehidupan melindungi individu terhadap pikiran untuk bunuh diri. Tujuan hidup juga menjadi penghubung antara kepuasan hidup dan ide bunuh diri. Menurut Harlow (1986), rendahnya tujuan dalam hidup merupakan salah satu faktor mediasi terhadap ide bunuh diri. Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Aditya (2017), menyatakan bahwa seseorang yang memiliki tujuan hidup maka memiliki hubungan yang positif terhadap kepuasan hidupnya. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa tujuan dalam hidup merupakan suatu yang penting. Tujuan dalam hidup merupakan suatu kebenaran dalam kehidupan yang dilihat dari sudut pandang pengalaman individu (Bronk, 2014).

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti menemukan hal yang menarik karena seseorang yang begitu mengikuti selebriti bisa mengarahkan tingkah laku seseorang mengikuti idolanya termasuk tentang bunuh diri. Oleh sebab itu peneliti ingin melakukan penelitian lebih lanjut mengenai Pengaruh *Celebrity Worship* dan *Purpose In Life* Terhadap *Suicidal Ideation* Pada Shawol Indonesia.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dikemukakan diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Seberapa besar pengaruh antara *celebrity worship* dan *purpose in life* terhadap *suicidal ideation* di kalangan Shawol Indonesia ?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui besar pengaruh antara *celebrity worship* dan *purpose in life* terhadap *suicidal ideation* di kalangan Shawol Indonesia.

Kegunaan Penelitian

Kegunaan teoritis

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dan memperkaya pengetahuan dalam keilmuan psikologis khususnya dalam bidang Psikologi Klinis tentang gambaran tentang ide bunuh diri
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dan memperkaya pengetahuan dalam keilmuan dan Psikologi Sosial tentang pemujaan terhadap selebriti dengan sarana media sosial
3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dan memperkaya pengetahuan dalam keilmuan dan Psikologi Positif tentang tujuan hidup seseorang dan dipakai sebagai pedoman dalam penelitian selanjutnya.

Kegunaan praktis

Bagi mahasiswa

1. Hasil penelitian ini diharapkan agar mahasiswa menggunakan media sosial secara benar sehingga tidak terjebak kedalam pemujaan yang berlebihan terhadap selebriti yang disukai.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu mahasiswa untuk memahami dirinya sendiri terhadap tujuan hidup sehingga tidak memikirkan ide bunuh diri apabila selebriti kesukaanya meninggal karena bunuh diri.

Bagi Shawol

Dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi para Shawol terutama yang pernah melakukan upaya bunuh diri atau juga yang memikirkan ide bunuh diri karena kematian Jonghyun untuk lebih meningkatkan tujuan dalam hidupnya dan mengetahui dampak pemujaan selebriti di kalangan Shawol.

