

## Bab I Pendahuluan

### Latar Belakang Masalah

Pada zaman globalisasi saat ini, salah satu budaya yang masih berkembang di Indonesia ialah budaya korea. Budaya korea disebut juga "*Hallyu*" atau "*Korean Wave*" adalah istilah yang diberikan untuk tersebarnya budaya pop Korea secara global di berbagai negara di dunia, termasuk di Indonesia, atau secara singkat mengacu pada globalisasi budaya Korea (Shim, 2006).

Pada berbagai sosial media seperti *instagram*, *line*, *youtube* atau *online shop* dan yang lainnya, tidak jarang kita menemukan hal yang berkaitan dengan korea baik itu video *k-Pop*, drama, pakaian, tutorial *make-up* ala korea dan akun *fanbase* lainnya. Dengan kemajuan teknologi inilah fenomena korea mulai memasuki ranah negara-negara lain termasuk Indonesia.

Di Indonesia sendiri, *hallyu* diawali oleh serial drama Korea. Berbagai stasiun televisi Indonesia mulai menayangkan drama produksi Korea Selatan setelah salah satu stasiun televisi Indonesia sukses menayangkan drama *Endless Love*, atau yang berjudul resmi *Autum in My Heart* di Korea, pada tahun 2002. Setelah penonton tertarik pada drama Korea yang satu ini, televisi menyajikan drama yang lain, yang membuat khalayak semakin tertarik. Karena menariknya *backsound* yang digunakan dalam drama, khalayak mulai mengarahkan perhatian pada musik - musik Korea. Hal itu pada akhirnya meluas kepada konten budaya lain, yaitu musik. Musik dari Korea ini dikenal dengan nama *K-Pop*. Mereka membawakan genre musik *dance pop*, yaitu musik pop barat dikombinasikan dengan kemampuan menari dan wajah yang menarik. Hal ini membuat grup-grup musik *K-Pop* benar-benar disenangi peminat masyarakat Indonesia (Nasiti, 2010).

Salah satu *K-pop* yang sedang berkembang saat ini di kalangan para *k-Popers* (penggemar musik pop korea) yaitu BTS karena pada tanggal 29 april 2017 K-pop asal Korea selatan ini mengadakan konser di Indonesia. BTS merupakan kepanjangan dari Bangtan Boy yang diresmikan pada tanggal 12 juni 2013. Para penggemar grup *band* Korea Selatan ini dinamakan dengan istilah ARMY. Salah satu *fanpage* BTS di Indonesia khususnya di Bandung dari tahun 2013 hingga saat ini pada salah satu akun sosial media *twitter* sudah mencapai 12.147 pengikut. Ketika ditelusuri, para pengikut di sosial media ini merupakan para remaja.

Remaja merupakan masa peralihan antara masa anak-anak ke masa dewasa. Atau dapat juga disebut dengan masa pencarian jati dirinya. Pada masa perkembangan ini remaja mencapai kematangan fisik, emosi dan sosial (Ali, 2012). Jika dilihat dalam teori remaja seharusnya sudah mencapai kematangan emosi. Namun, melihat remaja saat ini banyak yang rela menampar atau mencubit idolanya hanya karena ingin di ingat oleh idolanya ketika menonton konser dan berjumpa langsung dengan idolanya. Dari peristiwa inilah dapat terlihat tidak adanya kestabilan emosi.

Perilaku penggemar ketika menunjukkan kesukaan terhadap idolanya dalam psikologi disebut juga sebagai *celebrity worship*. *Celebrity worship* adalah perilaku obsesi individu untuk terlalu terlibat di setiap kehidupan selebriti sehingga terbawa dalam kehidupan sehari-hari individu (Maltby, Houran & McCutcheon, 2003).

*Celebrity worship* secara luas diartikan sebagai senang dengan selebriti atau idola tertentu yang mempengaruhi kehidupan penggemar dan dapat digambarkan sebagai obsesif terhadap sesuatu. *Celebrity worship* digambarkan sebagai hubungan parasosial (hubungan satu sisi) di mana seorang individu tahu yang lain, tetapi yang lainnya tidak (Maltby dkk., 2003).

Penelitian *celebrity worship* telah beberapa kali dilakukan, seperti penelitian Maltby dkk. (2003) mengenai hubungan *celebrity worship* dengan karakteristik kepribadian Eysenck yaitu ekstrovert, neurotis dan psikosis, dengan hasil terdapat hubungan pada tahapan *entertainment-social* dengan tipe ekstrovert, kemudian tahapan *intense-personal* dengan neurotis, serta tahapan *borderline-pathological* dengan psikosis. Penelitian yang sama dilakukan oleh McCutcheon, Ashe, Houran & Maltby (2003) di Central Florida menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara *celebrity worship* dengan lemahnya fungsi kognitif seseorang.

Penelitian Maltby, Day, McCutcheon, Ashe & Houran (2004) mengenai *celebrity worship* dan kesehatan mental, hasilnya terdapat hubungan pada salah satu tahapan *celebrity worship* yaitu tahap *intense - personal* dengan rendahnya kesehatan mental (depresi, kecemasan, simptom somatik, disfungsi sosial). Selanjutnya penelitian yang sama juga dilakukan oleh Maltby dkk. (2004) dengan melihat hubungan *celebrity worship* dengan *personality - coping* dengan hasil terdapat hubungan *celebrity worship* dengan *personality - coping*.

Penelitian yang dilakukan Maltby, McCutcheon, Ashe, & Houran (2001) menunjukkan terdapat hubungan yang signifikan antara *celebrity worship* dengan rendahnya *psychological well-being*. Dalam hal ini mereka berpendapat bahwa hubungan positif antara pemujaan selebriti dan kesejahteraan psikologis yang buruk diakibatkan oleh usaha yang gagal untuk melarikan diri, mengatasi, atau meningkatkan kehidupan sehari-hari seseorang.

Dari hasil wawancara terhadap salah satu admin *fanpage* ARMY mengatakan anggota mereka mayoritas remaja sehingga ketika BTS mengadakan konser, banyak para remaja yang rela tidak jajan dan mengumpulkan uang jajan mereka demi membeli tiket konser. Ada pula yang rela berjualan untuk membeli tiket tersebut.

Kemudian bukan hal yang aneh ketika para fans banyak membeli barang – barang yang diiklankan oleh idolanya dan barang-barang tersebut hanya digunakan sebagai koleksi. Dari pemaparan tersebut menunjukkan adanya kecenderungan perilaku *celebrity worship*.

Dalam Agama Islam, perilaku di atas dapat disebut juga dengan perilaku boros (*tabzir*) atau menghambur-hamburkan harta. Dalam Alquran perilaku boros tersebut terdapat dalam Qs. Al-Isra Ayat 26-27 yang artinya “*Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan; dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros*”. Pada ayat tersebut dikatakan bahwa *tabzir* (perbuatan boros) itu dilarang, dan pemboros itu adalah temannya setan.

Dalam fenomena di atas selain perilaku boros terdapat pula perilaku berlebihan. Dalam Alquran banyak ayat yang menyatakan Allah melarang perilaku berlebih-lebihan. Seperti dalam Qs. Al-Maidah ayat 87 yang artinya “*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas. Dari ayat ini terlihat jelas Allah melarang orang - orang yang melampaui batas.*”

Ketika para penggemar mengadakan acara meskipun para aktris mereka tidak datang, dengan hanya menonton videonya para penggemar tersebut merasa sangat senang bahkan sampai ada yang berteriak-teriak. Selain itu dalam aktivitas keseharian pun sudah menjadi hal yang wajib untuk mengetahui aktivitas selebritinya tersebut meskipun dengan hanya menonton *video* atau melihat aktivitas selebriti di salah satu akun media sosial. Mereka mengatakan jika tidak melakukan itu merasa ada yang mengganjal. Selain itu jika mereka sedang *badmood* dengan sesuatu hal, hal

tersebut dapat mengubah *mood* mereka menjadi lebih bersemangat. Meski demikian hubungan pertemanan mereka selain dengan para K-Popers berjalan dengan baik hanya saja tidak banyak waktu yang mereka luangkan.

Dari pemaparan di atas terdapat perubahan emosi, ketika berkaitan dengan idolanya yaitu ketika mereka menonton video yang berkaitan dengan idolanya kurang bisa mengontrol ekspresi emosi mereka dengan cara berteriak-teriak padahal ketika mereka menonton video yang lain ekspresi mereka tidak seperti itu. Selain itu mereka senang mengumpulkan barang-barang meski itu mainan anak-anak hanya karena terdapat gambar idolanya dan barang tersebut hanya berfungsi sebagai koleksi. Kemampuan memantau dan mengendalikan perasaan dapat disebut juga dengan istilah kecerdasan emosional. Menurut Salovey dan Mayer (dalam Goleman, 1996) kecerdasan emosional (*emotional intelligence*) merupakan kemampuan memantau dan mengendalikan perasaan sendiri dan orang lain, serta menggunakan perasaan-perasaan itu untuk memandu pikiran dan tindakan.

Berkaitan dengan pengertian yang telah diuraikan di atas, fenomena perubahan emosi sedemikian rupa yang dialami oleh para penggemar BTS, menunjukkan adanya kecenderungan kecerdasan emosi yang masih rendah karena ketika dihadapkan pada stimulus yang berkaitan dengan idolanya baik secara langsung ataupun tidak langsung. Mereka menjadi kurang dapat mengendalikan perasaan senangnya sehingga perasaan yang menggebu-gebu tersebut belum bisa memandu ke arah tindakan yang efektif salah satunya terbukti dari ekspresi emosi yang kurang tepat sebagaimana digambarkan di atas.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut peneliti merasa perlu untuk meneliti “Hubungan *Celebrity Worship* Dengan *Emotional Intelligence* Pada Anggota Komunitas *ARMY* ( Fans Club BTS) di kota Bandung” .

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan, maka peneliti merumuskan rumusan masalah yaitu: Apakah terdapat hubungan *Celebrity Worship* dengan *Emotional Intelligence* Pada Anggota Komunitas *Army* ( Fans Club BTS) di kota Bandung ?

### **Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan, maka tujuan dari penelitian ini adalah : mengetahui hubungan *Celebrity Worship* dengan *Emotional Intelligence* pada komunitas *Army* (Fans Club BTS) di kota Bandung .

### **Kegunaan Penelitian**

#### **Kegunaan teoritis.**

Penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan dan khasanah ilmu khususnya dalam bidang Psikologi Perkembangan, Psikologi Pendidikan, dan Psikologi Sosial. Berkaitan dengan gambaran tentang *Celebrity Worship* dengan *Emotional Intelligence*.

#### **Kegunaan praktis.**

Penelitian ini dapat dijadikan acuan untuk para orang tua agar lebih memantau perilaku remaja saat ini dan memberikan arahan agar para remaja dapat menggunakan waktu atau materi ke hal yang lebih bermanfaat.