

Bab 1 Pendahuluan

Latar Belakang Masalah

Hallyu wave atau gelombang kebudayaan korea menjadi salah satu budaya asing yang peningkatan penyebarannya terhitung sangat pesat tersebar secara mendunia. Fenomena *hallyu wave* ini semakin merebak khususnya pada tahun 2000-an berkat popularitas yang meningkat pada ranah K-Pop berupa *boy group* dan *girl group* korea yang berhasil mencuri perhatian banyak orang. Penggemarnya pun semakin meningkat dari tahun ke tahun dan tidak memandang usia maupun jenis kelamin, sehingga tak heran penggemar K-Pop baik laki-laki maupun perempuan bisa dijumpai dari kalangan anak kecil, remaja maupun dewasa.

Mengutip dari CNN Indonesia (2022) Indonesia disebut menjadi negara dengan penggemar K-Pop terbanyak di dunia (versi pengguna twitter) yang kemudian pada posisi kedua ditempati oleh Jepang, Filipina dan Korea Selatan. Hal ini menunjukkan ketertarikan warga Indonesia terhadap budaya Korea Selatan yang masih tinggi setelah pada tahun sebelumnya Indonesia juga berada di posisi pertama sebagai negara dengan penggemar K-Pop terbanyak di dunia. Selanjutnya mengutip dari Gumelar, dkk, (2021) survei IDN Times pada tahun 2019 menemukan bahwa secara statistik penggemar Kpop di Indonesia paling tinggi ditempati oleh remaja putri penggemar kpop terbanyak di Indonesia yaitu sebanyak 92,1%.

Selain mempunyai ciri khas dalam hal kekompakan para membebernya ketika menari (*dance*) dan bersuara merdu, pada idol juga digandang-gandang mempunyai penampilan yang menarik meliputi tubuh yang langsing dan tinggi,

kulit pucat, berwajah kecil dan hidung yang mancung yang menarik perhatian banyak orang (Ayu dkk., 2021). Perasaan suka dan antusia terhadap idol dan kagum terhadap idol tersebut secara berkelanjutan membuat penggemar merasakan ketertarikan obsesif terhadap idol atau disebut juga *Celebrity Worship*. *Celebrity Worship* merupakan ketertarikan atau perasaan kagum terhadap orang terkenal yang termanifestasi ke dalam ketertarikan berlebihan terhadap kehidupan selebriti yang disukai (Mccutcheon dkk., 2021). Dalam *Celebrity Worship* terdapat tiga dimensi yaitu: perasaan kagum terhadap idol yang disukai (Griffith dkk, 2013; McCutcheon dkk.,2002). Yang kedua merupakan perasaan intens dan *compulsive* terhadap idol (McCutcheon, 2016; McCutcheon dkk.,2002). Dan yang ketiga merupakan dimensi tertinggi dimana peggemar melakukan perilaku ekstrim demi mendapatkan perhatian idol, bahkan bisa sampai melakukan sesuatu yang ilegal (McCutcheon dkk.,2016; McCutcheon dkk, 2002).

Fans Kpop terkenal dengan kelojalannya terhadap idol dari berbagai bidang, contohnya dari segi penjualan album, Jepang menjadi negara pertama dengan import Kpop album terbanyak disusul dengan China dan Amerika. Selain itu penggemar juga sering kali melakukan proyek atas nama idol dari menggalang bantuan untuk korban bencana, program penghijauan bahkan sampai proyek ulang tahun idolnya. Indonesia sendiri meskipun tidak tercatat sebagai negara dengan fans yang loyal pada bidang penjualan album namun tercatat menjadi negara yang sering mensupport idol dalam *rating viewer* MV di youtube, terbukti pada tahun 2020 Fans Indonesia menjadi penyumbang views terbanyak di dunia pada kanal youtube NCT U (Dreamers.Id, 2020).

Mengutip dari Liputan 6 (2022) Nanda Rossalia, M.Psi, seorang psikolog klinis HIMPSI mengemukakan bahwa kelayakan penggemar terhadap idola kpop tercipta dikarenakan para idol kpop berhasil membangun kedekatan dengan penggemar melalui *attitude* ataupun sikap lewat media sosial yang selalu disambut dengan baik oleh penggemar. *Bonding* yang dilakukan para idol berhasil membuat penggemar merasa telah membangun hubungan *intimacy* dengan idol yang pada akhirnya terjadilah *part of social interaction*. Lebih lanjut hal ini bisa membuat penggemar merasa diperhatikan dan merasa dimengerti oleh idol, pada batas-batas tertentu penggemar sampai merasa bahwa sang idol memberikan perhatian terhadap mereka.

Mendalami hal ini, di Indonesia sendiri fenomena halu atau halusinasi telah menjadi fenomena yang sering di stereotifkan pada penggemar Kpop, bahkan saking maraknya fenomena ini tak jarang situs-situs berita menjadikan fenomena halusinasi penggemar Kpop sebagai headline. Halusinasi yang terjadi di kalangan penggemar Kpop antara lain membayangkan atau *daydreaming* hal-hal yang berkaitan dengan idola yang disukai. Pada beberapa kasus fans membayangkan bahwa ia dan sang idol mempunyai hubungan khusus.

Kegiatan melamun atau *daydreaming* sendiri merupakan sebuah fenomena kognitif yang normal, namun begitu *daydreaming* dikatakan tidak positif apabila telah melampaui batas-batas normal dan mengganggu aktivitas sehari-hari (Alenizi dkk, 2020). Hal ini dijelaskan dengan konsep psikologi bernama *maladaptive daydreming* yang dikembangkan oleh Psikolog Klinis Eli Somer, Ph.D, dimana seseorang dapat menghabiskan waktunya dengan melakukan

daydreaming dengan intensitas yang tinggi dan durasi yang lama. Meskipun belum secara resmi menjadi salah satu *mental illness* yang berada di DSM, *maladaptive daydreaming* dipercaya sebagai sebuah aktivitas yang tidak normal atau *mental illness* dan *disorder* (Bigelsen dkk, 2016).

Dari penelitian awal yang telah menggunakan angket yang diangkat berdasarkan indikator dari *Celebrity Worship* dan *maladaptive daydreaming* pada dua puluh remaja penggemar Kpop di kota Bandung. Kesemuanya mengaku selalu *up to date* terhadap berita-berita yang datang seputar idolnya, hal ini dikarenakan mengikuti perkembangan karir dari idolnya dianggap menyenangkan dan menjadi kegiatan yang efektif dalam menghabiskan waktu. Selanjutnya sekitar delapan belas persen atau 16 orang diantaranya mengaku senang mempelajari sejarah hidup dari idol yang disukainya, dengan mempelajari sejarah hidup idol mulai dari masa kanak-kanak, remaja hingga dewasa, fans merasa lebih mengenal idol yang disukainya. Lebih lanjut, enam puluh persen atau dua belas subjek mengaku sering menghabiskan waktu untuk menonton, membaca dan mendengarkan acara-acara yang terdapat idol kesukaannya di dalamnya, dengan menonton semua acara idol, subjek telah menghabiskan waktu dengan baik dengan turut membantu perkembangan karir idol.

Kemudian, semua subjek mengatakan sering atau pernah berkhayal dan berkata bahwa idol yang disukainya merupakan suami, kekasih ataupun sahabat dekatnya. Hal ini sesuai dengan definisi dari *daydreaming* atau melamun yaitu fans sering berucap (berandai-andai) seolah-olah ia dan sang idol saling mengenal dan

mempunyai hubungan khusus. Padahal kenyataannya sang idol yang disukainya mempunyai banyak fans dan bahkan tidak mengenal semua fans-fansnya.

Selanjutnya sekitar lima puluh persen subjek atau sepuluh orang diantaranya mengatakan sering melakukan imajinasi yang menjadikan idol sebagai subjek lamunannya. Selain dari verbal (mengaku-ngaku saling mengenal), mereka juga membayangkan bahwa mereka dan sang idol memang saling mengenal. Lebih lanjut empat puluh lima persen atau sekitar 9 orang subjek mengaku sering melakukan *daydreaming* ketika merasa bosan ataupun stress, hal ini dapat terjadi dikarenakan *daydreaming* sering dijadikan sebagai *coping* strategi ketika menghadapi stress. *Daydreaming* dijadikan sebagai alat dalam usaha untuk menghindari kenyataan-kenyataan yang tidak menyenangkan. Meskipun dapat memberikan rasa aman sementara, namun sebenarnya *daydreaming* ini dapat membawa dampak yang lebih buruk pada kecemasan dan stress itu sendiri (Ferguson, 2019).

Pada rata-rata waktu yang digunakan, sepuluh persen dari subjek atau sekitar dua orang subjek menyebutkan menghabiskan waktu sekitar 3 jam perharinya dalam melakukan *daydreaming*, sedangkan sisanya menyebutkan menghabiskan sekitar 30-60 menit melakukan *daydreaming* setiap harinya. Durasi dari *madaptive daydreaming* dapat berbeda-beda namun yang pasti hal ini dapat memakan banyak waktu dengan intensitas yang dilakukan secara sering dan berulang-ulang. Mengutip dari The Guardian (2022) menyebutkan bahwa sebagian individu merasakan kesenangan dari intensitas dan durasi *daydreaming* ini dan kesulitan untuk menghentikannya.

Penelitian sebelumnya menemukan bahwa level tinggi dari *Celebrity Worship* mempunyai hubungan yang positif signifikan terhadap *maladaptive daydreaming* (Zsila dkk., 2018). McCutcheon dkk, (2016) menguatkan hal ini dengan mengatakan bahwa individu dengan aktivitas fantasi yang ekstensif lebih cenderung terobsesi dengan selebriti. Kedua konstruks psikologis ini memiliki beberapa kesamaan yang mana keduanya memiliki hubungan positif dengan kecenderungan berfantasi (Cahyani & Purnamasari, 2019). Selanjutnya, mengacu pada data statistik yang dikeluarkan oleh IDN Times remaja disebutkan sebagai menjadi penggemar kpop terbanyak kedua di Indonesia setelah usia dewasa.

Penelitian sebelumnya berusaha mengkaji penyebab dan dampak dari *Celebrity Worship*, seperti Hubungan *peer attachment* dengan *Celebrity Worship* pada remaja di kota Bandung oleh Afifah (2022), Pengaruh *Celebrity Worship* terhadap *subjective wellbeing* penggemar oleh Jannati (2021). Namun begitu, sejauh ini belum ada penelitian yang mengkaji hubungan antara *Celebrity Worship* pada penggemar Kpop dan hubungannya terhadap *maladaptive daydreaming* di Indonesia. Zsila, dkk (2019) berusaha menggali keterkaitan antara *Celebrity Worship* umum terhadap *maladaptive daydreaming* pada remaja di Hungaria, sedangkan pada penelitian ini mengkhususkan *Celebrity Worship* pada kelompok penggemar K-pop di Kota Bandung serta hubungannya terhadap *maladaptive daydreaming*. Berdasarkan pemaparan diatas, mengingat fase remaja merupakan fase yang menggebu-gebu dan sedang berprosesnya peralihan dari masa kanak-kanak menuju dewasa, serta sebagai penggemar kpop dengan kelayakan yang tinggi terhadap *boyband* atau *girlband* dan idol kpop yang disukai, juga fenomena

halu atau *daydreaming* yang sering ditujukan pada penggemar kpop, peneliti pun tertarik untuk mengkaji lebih dalam fenomena tersebut.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dikemukakan diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah : Bagaimanakah hubungan antara *Celebrity Worship* dan *maladaptive daydreaming* pada remaja putri penggemar K-Pop.

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah : Untuk mengetahui bagaimanakah hubungan antara *Celebrity Worship* dan *maladaptive daydreaming* pada remaja putri penggemar K-Pop.

Kegunaan Penelitian

Kegunaan teoritis. Secara teoritis hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah keilmuan pada bidang Psikologi. Khususnya Psikologi klinis dan Psikologi perkembangan, terutama yang berkaitan dengan *Celebrity Worship* dan *maladaptive daydreaming*.

Kegunaan praktis. Dari hasil penelitian ini diharapkan bisa dijadikan sebagai acuan khususnya untuk remaja remaja perempuan penggemar K-Pop untuk lebih bijak dan tidak berlebihan dalam menyukai dan mengidolakan *publick figure*, sehingga mampu secara sadar mengidolakan orang lain secara lebih sehat.