

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kesepian atau *loneliness* merupakan perasaan yang umum terjadi pada seseorang. Cherry (2013) berpendapat kesepian menyebabkan orang yang mengalaminya merasa kosong, merasa sendiri dan tidak diinginkan walaupun sebenarnya orang tersebut tidak sedang sendiri. Kesepian yang dialami individu dapat disebabkan oleh berbagai hal. Salah satu penyebabnya adalah kurangnya hubungan sosial. Kurangnya hubungan sosial yang dipersepsikan oleh seseorang dapat mengakibatkan kesepian (Deaux & Wrighstman dalam Sekarsari, 2009).

Sekarsari (2009) menyatakan bahwa faktor personal merupakan salah satu faktor yang menyebabkan individu rentan terhadap kesepian. Individu yang mengalami kesepian biasanya pemalu, *introvert*, dan tidak punya cukup keinginan untuk mengambil risiko dalam berhubungan sosial. Perasaan kesepian juga mengindikasikan ada pengalaman subjektif individu akan perasaan kehilangan dan isolasi, yang ditandai dengan adanya kesenjangan antara apa yang diinginkan dengan apa yang dirasakan individu dalam hubungan personalnya (Gieverld dalam McCourt & Fitzpatrick, 2001).

Individu yang kesepian memiliki kecenderungan minat yang kecil untuk menjalin relasi dengan orang lain. Mereka hanya memiliki sedikit pengalaman dalam bersosialisasi dan merasa pesimis dengan dirinya sendiri. Penelitian yang dilakukan oleh Bell (dalam Bednar, 2000) menunjukkan bahwa orang yang kesepian biasanya mempunyai sedikit teman, hanya menjalin sedikit

persahabatan, melihat bahwa dirinya berbeda dari orang-orang di sekelilingnya dan memiliki lebih sedikit pengalaman berpacaran atau berpasangan dibanding orang lain.

Kesepian bisa terjadi pada individu, termasuk dewasa muda. Menurut Levy (dalam Wahidah & Cynthia, 2011) kegagalan dalam membentuk suatu hubungan sosial akan menyebabkan harapan akan suatu hubungan pertemanan tidak terpenuhi. Kegagalan ini menyebabkan orang dewasa muda merasa kosong dan mengalami perasaan kesepian.

Hasil penelitian *pre-eliminatory*, yang diambil dari 35 responden penggemar idol Korea usia dewasa muda di daerah Madiun dan sekitarnya menunjukkan bahwa sebanyak 26% responden mengaku sering mengalami kesepian, 43% responden mengaku tidak terlalu sering mengalami kesepian, dan 31% merasa tidak pernah mengalami kesepian. Tingkat kesepian yang dialami oleh responden dibedakan menjadi tiga tingkatan, dimana 47% responden mengalami tingkat kesepian yang tinggi, 17% responden mengalami kesepian tingkat sedang, dan sebesar 34% responden masuk ke dalam tingkat lemah. Berdasarkan dua data tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa sebagian besar responden mengalami kesepian dengan tingkat kesepian yang masuk ke dalam taraf tinggi.

Dari 35 responden penggemar idol Korea (usia 20-24 tahun) tersebut juga dapat diketahui jika terdapat 18 responden yang mengaku bahwa kesepian yang dialami mereka terjadi sebelum mereka menjadi penggemar idol Korea. Sementara, sisanya sebanyak 17 responden mengaku jika kesepian yang dialami terjadi setelah mereka menjadi penggemar idol Korea.

Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa rentang kesepian yang dialami oleh responden memiliki perbedaan yang tipis, sehingga responden terpecah menjadi dua kelompok. Rentang kesepian dalam penelitian ini terbagi menjadi dua, yakni kesepian yang terjadi di waktu lampau dan kesepian yang terjadi saat ini. Kelompok pertama mengaku bahwa kesepian yang dialami oleh mereka terjadi sebelum menjadi penggemar. Hal ini mengindikasikan bahwa kesepian yang dialami oleh kelompok pertama terjadi di waktu lampau. Sebaliknya, kelompok kedua mengaku jika kesepian yang dialami oleh mereka terjadi setelah menjadi penggemar.

Individu yang mengalami kesepian di waktu lampau (sebelum menjadi penggemar) diindikasikan cenderung memiliki durasi kesepian lebih lama dibandingkan dengan individu yang kesepian setelah menjadi penggemar. Mereka dianggap membutuhkan waktu lebih lama untuk beradaptasi dengan lingkungan dan membangun sebuah hubungan sosial yang stabil. Sebaliknya, individu yang mengalami kesepian setelah menjadi penggemar akan cenderung memiliki durasi kesepian yang lebih singkat dikarenakan individu ini dianggap telah mampu membangun hubungan sosial yang sudah stabil dibandingkan individu yang mengalami kesepian di waktu lampau. Sehingga, adaptasi dianggap tidak lagi dibutuhkan dalam membentuk sebuah hubungan sosial (Spitzberg & Hurt, 1987).

Hojat (dalam Snodgrass, 1987) menyatakan bahwa durasi kesepian akan mempengaruhi tingkat kesepian yang dialami individu. Individu yang lebih lama kesepian akan mengalami kesepian kronis dibandingkan individu yang memiliki perasaan kesepian yang relatif singkat. Individu yang mengalami kesepian yang

singkat (sementara) memiliki kemampuan komunikasi lebih baik dibandingkan individu yang mengalami kesepian kronis (Gerson & Perlman dalam Peplau & Goldston, 1984).

Kesepian adalah perasaan tidak menyenangkan yang berhubungan dengan ketidaksesuaian antara kebutuhan untuk sebuah keakraban dengan orang lain atau keakraban personal, Peplau dan Perlman (1982). Individu yang mengalami kesepian mungkin memiliki teman. Namun, mereka merasa kesepian apabila hubungan yang dijalani tidak sesuai dengan apa yang menjadi harapannya. Individu yang mengalami kesepian dalam jangka waktu lama akan memiliki kecenderungan sulit dalam berinteraksi dengan orang lain. Jones dan Moore (1987) menyatakan bahwa individu yang mengalami kesepian akan berinteraksi dengan cara yang terfokus pada diri sendiri dan kurang responsif terhadap orang lain. Individu yang kesepian akan memiliki kecenderungan untuk bersikap pesimis dalam melakukan interaksi dengan orang lain.

Interaksi sosial berguna untuk membentuk sebuah hubungan sosial dengan orang lain. Ketika orang dewasa muda mengalami kesulitan untuk berinteraksi dengan individu lain maka akan menyebabkan kegagalan dalam membangun hubungan sosial pada diri mereka. Individu yang mengalami kesepian memiliki kecenderungan untuk berhubungan dengan orang lain tetapi dengan cara yang berbeda salah satunya dengan menggunakan media seperti televisi sebagai teman (Wahidah & Cynthia, 2011).

Media elektronik yang semakin canggih seperti televisi, radio, komputer, atau laptop yang membuat pemirsa semakin merasa puas dengan konten-konten

acara yang ditampilkan. Pemirsa dapat menonton tayangan-tayangan favoritnya secara *online* melalui internet. Perkembangan teknologi dan media masa yang berkembang pesat memberikan berbagai dampak salah satu contoh adalah fenomena menggemari budaya Korea di Indonesia. Saat ini industri hiburan Indonesia dimasuki oleh *Hallyu Wave* (Gelombang Korea). *Hallyu Wave* datang dengan membawa berbagai atribut yang berfungsi untuk menarik para penikmat dunia hiburan, seperti memperkenalkan idol Korea. Idol Korea diperkenalkan dengan kemasan yang begitu bagus dan menarik, baik dari segi penampilan maupun konsep yang diusung.

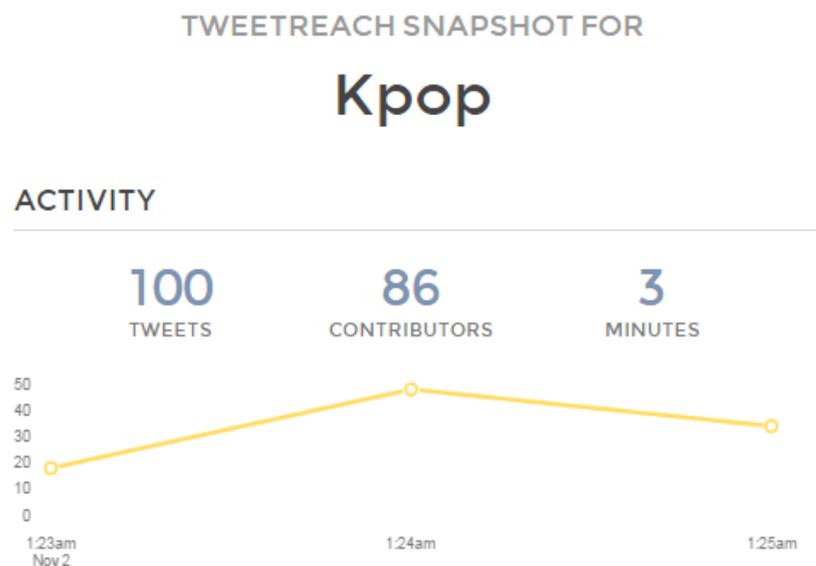
Menurut Sakai (dalam Lie, 2012) idol Korea atau *K-pop star* adalah orang bertalenta yang telah melewati berbagai tahapan audisi yang diselenggarakan oleh agen bakat Korea, menjalani pelatihan ketat, dan tampil diatas panggung dalam formasi grup maupun solo. Para idol ini eksistensinya sudah mencapai pasar mancanegara. Adapun contoh grup idola yang terkenal dan banyak memiliki penggemar di Indonesia yaitu EXO, BTS, Super Junior, DBSK, Girls' Generation, Twice, dan A-Pink. Grup idola merupakan sekumpulan figur yang dipromosikan melalui media (*media-promoted personalities*) yang pekerjaannya adalah menyanyi, menari, berakting di teater atau panggung, muncul di acara televisi, dan berpose di majalah atau iklan (Aoyagi, 1999).

Teknologi dan media massa yang semakin berkembang akan memudahkan pemirsa dalam mengakses berbagai informasi tentang dunia hiburan Korea. Media sosial seperti *twitter*, *youtube*, dan *instagram* merupakan salah satu teknologi pendukung untuk memudahkan para penggemar mendapatkan informasi serta

sebagai sarana untuk mendekatkan diri dengan idol Korea. Media masa membuat pemirsa merasa jika idolanya seolah-olah hadir dalam kehidupan nyata (Horton & Wohl, 1982).

Para penggemar idol Korea melakukan interaksi dalam beragam bentuk, Namun, sebagian besar interaksi tersebut terjadi secara tidak langsung dan bersifat satu arah. Hadirnya saluran internet dan berbagai bentuk media sosial mendukung aktivitas para penggemar untuk melakukan interaksi dengan idola mereka.

Gambar 1. Grafik *Tweet* Penggemar Idol Korea



Tingkat intensitas interaksi melalui media sosial antara penggemar idol Korea dengan idolanya menunjukkan dalam 3 menit penggemar idol Korea mampu berinteraksi melalui sosial media *twitter* hingga mencapai 100 *tweet*. Hal ini menunjukkan dalam sehari penggemar mampu melakukan sebanyak ± 48.000 *tweet*. (www.tweetreach.com)

Data yang diambil oleh peneliti pada 35 responden penggemar idol Korea daerah Madiun dan sekitarnya mengenai seberapa sering para penggemar dalam

berinteraksi dan mencari informasi terbaru mengenai idolanya menunjukkan bahwa terdapat 21 subjek yang melakukan interaksi sebanyak 1 hingga 3 kali dalam sehari. Sementara sisanya, sebanyak 14 subjek mengaku melakukan interaksi lebih dari 3 kali dalam sehari.

Menurut Horton dan Wohl (1956) *celebrity worship* merupakan salah satu bentuk dari perilaku parasosial yang bersifat satu arah, di mana interaksi ini hanya terjadi pada pemirsa tetapi tidak dialami oleh artis dan bersifat ilusi. Saat pemirsa membuat penilaian mengenai artis, maka selanjutnya pemirsa akan kembali memberikan respon terhadap artis yang terkait tersebut seolah-olah artis tersebut hadir di dalam lingkungan sosial mereka (Giles, 2002).

Maltby, Houran, dan McCutcheon (2003) memperkenalkan *celebrity worship* sebagai sikap individu untuk terlibat di setiap kehidupan artis, sehingga terbawa dalam kehidupan sehari-hari individu tersebut. *Celebrity worship* dipengaruhi oleh kebiasaan, seperti melihat, mendengar, membaca dan mempelajari tentang kehidupan artis secara berlebihan. Kebiasaan ini menimbulkan empati, identifikasi, obsesi, dan asosiasi yang menimbulkan perilaku tertentu yang sama dengan kelompok acuan.

McCutcheon, Lange, dan Houran (2002) mengusulkan sebuah model “*Absorption-Addiction*” yang menjelaskan kasus-kasus *celebrity worship*. Menurut model ini struktur identitas dilihat dalam beberapa penerimaan secara psikologis antara individu dengan artis sebagai upaya untuk membentuk suatu identitas dan rasa kepuasan. Upaya ini dapat mengarah ke perilaku yang lebih ekstrim (seperti delusi). Individu melakukan upaya ini untuk mempertahankan

kepuasan individu tersebut dengan menjalin hubungan secara intim. Individu yang mengembangkan model “*Absorption-Addiction*” menganggap jika artis merupakan sosok yang pantas untuk dipuja dan ditiru, sehingga mereka memberikan perhatian penuh terhadap artis tersebut.

Reeves, Baker, dan Truluck (2012) menyatakan individu yang memiliki sikap *celebrity worship* cenderung keliru dalam mempersepsikan keadaan antara dirinya dan lingkungan. Individu memiliki keyakinan bahwa mereka memiliki hubungan khusus atau ikatan dengan idola mereka. Penggemar merasakan kedekatan dengan artis meskipun mereka belum pernah melakukan komunikasi secara langsung. Perilaku dan peristiwa yang terjadi pada artis tersebut juga akan mempengaruhi perasaan dan emosi penggemar, seolah-olah penggemar memiliki hubungan yang dekat dengan artis di dunia nyata.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan penggemar idol Korea atau biasa dikenal dengan sebutan *fans K-pop* mengenai hal apa saja yang dilakukan oleh para penggemar untuk menunjukkan loyalitas dan bentuk cinta mereka terhadap idol Korea. Mereka menyatakan jika dalam industri hiburan Korea penjualan album, baik fisik maupun *digital* menjadi perhatian utama. Perolehan hasil penjualan album yang besar akan memberikan dampak terhadap sebuah grup idola untuk meraih kepopuleran serta meraih penghargaan di ajang musik bergengsi yang diselenggarakan tiap akhir tahun. Oleh karena itu, tidak heran jika para penggemar ini rela mengeluarkan uang untuk membeli album terbaru dari grup idola mereka. Para *fans K-pop* juga rela merogoh uang lebih besar, kemudian menukarkannya dengan selebar tiket konser maupun tiket *fan meeting*. Hal ini

dilakukan karena mereka ingin dapat berinteraksi secara langsung dengan idola mereka, bahkan jika beruntung mereka juga dapat berjabat tangan, mendapat pelukan ataupun berfoto bersama sang idola. Atribut berkenaan dengan identitas idol Korea favorit mereka juga banyak diserbu oleh penggemar. Atribut seperti gelang, poster, tas, kaos, *lightstick*, *photobook* merupakan benda-benda yang menjadi incaran para penggemar ini untuk menunjukkan loyalitas dan identitas mereka sebagai seorang penggemar idol Korea.

Mayoritas penggemar idol Korea berasal dari kalangan remaja. Remaja dalam tahap perkembangannya berada pada proses pencarian jati diri akan senantiasa mencari hal-hal baru yang dianggap menarik dan bisa memberikan penghargaan untuk dirinya, Santrock (2003). Artis merupakan salah satu objek yang dianggap menarik dan meningkatkan penghargaan diri pada remaja. Hal ini menyebabkan para remaja penggemar idol Korea terlihat begitu terobsesi dan melakukan identifikasi secara berlebihan terhadap idol Korea. Mereka menganggap idol Korea tersebut sebagai salah satu *role model* dalam pencarian jati diri.

McCutcheon et al. (2002) berpendapat *celebrity worship* akan mencapai puncaknya pada usia remaja, dan menurun perlahan pada usia dewasa. Namun, pada kenyataannya saat ini di masyarakat ada orang dewasa yang menunjukkan sikap *celebrity worship*. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan antara teori dengan fakta yang terjadi di masyarakat saat ini.

Pribadi dewasa muda adalah individu yang telah menyelesaikan pertumbuhannya dan siap menerima kedudukan dalam masyarakat bersama

dengan orang dewasa lainnya. Masa dewasa merupakan periode penyesuaian diri terhadap pola-pola kehidupan baru dan harapan-harapan sosial baru. Orang dewasa diharapkan mampu memainkan peran baru, seperti peran suami-isteri, orang tua, dan pencari nafkah dan mengembangkan sikap-sikap baru, keinginan-keinginan dan nilai-nilai baru sesuai dengan tugas-tugas baru ini (Hurlock, 1990).

Orang dewasa muda yang memiliki kecenderungan menampilkan sikap *celebrity worship* adalah orang yang jarang atau sama sekali tidak melakukan hubungan sosial. *Celebrity worship* menjadi salah satu alternatif bagi mereka yang merasa gagal membangun hubungan sosial dengan orang lain (Wahidah & Cynthia, 2011).

Wahidah dan Cynthia (2011) menyebutkan orang dewasa muda yang mengalami perasaan kesepian akan lebih sering berada di rumah dan memiliki kecenderungan untuk berhubungan dengan orang lain tetapi dengan cara yang berbeda salah satunya dengan menggunakan media seperti televisi sebagai teman. Semakin lama menggunakan media sebagai teman maka kecenderungan untuk melakukan *celebrity worship* akan semakin kuat.

Rojeck (2011) menyatakan bahwa sekitar sepertiga dari populasi orang di dunia telah terpengaruh oleh sindrom *celebrity worship*. Dewasa muda yang memunculkan sikap *celebrity worship* bukanlah seseorang yang sedang menemukan jati diri. Hurlock (1990) menyatakan bahwa usia dewasa muda bukanlah lagi masa untuk menemukan jati diri melainkan sebuah periode untuk menyesuaikan diri terhadap pola kehidupan yang baru dan harapan-harapan sosial baru. Namun, saat individu gagal memenuhi harapan-harapan sosialnya, mereka

akan merasa kosong dan mencari alternatif lain untuk menghilangkan perasaan kosongnya. Salah satu alternatif yang digunakan mereka adalah dengan mencoba membangun sebuah hubungan dengan orang lain yang berada di dalam media. Dengan membangun hubungan dengan orang yang berada dalam sebuah media seperti televisi akan meminimalkan ketakutan mereka akan penolakan sebuah persahabatan. Hal ini dikarenakan *celebrity worship* merupakan hubungan yang hanya memiliki satu arah dan tidak memiliki hubungan timbal balik layaknya menjalin hubungan sosial dengan orang di dunia nyata.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, peneliti tertarik untuk mengetahui perbedaan sikap *celebrity worship* antara penggemar *K-pop* usia dewasa muda yang mengalami kesepian sebelum dan sesudah menjadi penggemar *K-pop*.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang, maka rumusan masalah yang diambil dalam penelitian ini adalah apakah terdapat perbedaan sikap *celebrity worship* antara dewasa muda yang mengalami kesepian sebelum menjadi *fans K-pop* dengan dewasa muda yang mengalami kesepian setelah menjadi *fans K-pop* ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, terdapat tujuan yang hendak dicapai, yaitu untuk mengetahui perbedaan sikap *celebrity worship* antara dewasa muda yang mengalami kesepian sebelum menjadi *fans K-pop* dengan dewasa muda yang mengalami kesepian setelah menjadi *fans K-pop*.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat. Adapun manfaat yang akan diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menyumbang dan menambah ilmu di bidang psikologi terutama di bidang psikologi perkembangan dan psikologi sosial khususnya mengenai perkembangan dewasa muda dalam membangun sebuah hubungan sosial dengan lingkungan sekitarnya. Diharapkan dengan adanya penelitian ini juga dapat memberikan wawasan mengenai *celebrity worship* yang berkembang di masyarakat.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Peneliti akan memperoleh pengalaman dari penelitian yang telah dilakukan sehingga akan meningkatkan wawasan yang berkaitan dengan ilmu psikologi terutama di bidang psikologi perkembangan dan psikologi sosial.

b. Fans K-pop yang Kesepian

Celebrity worship mungkin dapat menjadi alternatif saat mereka mengalami kesepian, dengan melakukan *celebrity worship* mungkin akan dapat mengurangi kesepian yang dirasakan oleh individu.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi bagi mereka yang ingin melakukan penelitian dengan tema yang sama, mengingat masih

sedikitnya penelitian mengenai tema yang sama di Indonesia dan negara berkembang lainnya.

E. Keaslian Penelitian

Penelitian ini berbeda dengan penelitian lainnya, penelitian mengenai kesepian dengan sikap *celebrity worship*. Adapun penelitian sebelumnya yang sudah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, antara lain:

McCourt dan Fitzpatrick (2001) melakukan sebuah penelitian. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji hubungan antara peran karakteristik individu (seperti kesepian) dan karakteristik romantis dalam hubungan parasosial. Hasil dari penelitian tersebut yaitu, tidak ditemukan adanya korelasi antara kesepian dengan perilaku parasosial.

Ashe dan McCutcheon (2001) melakukan penelitian dengan judul, “*Shyness, Loneliness, and Attitude Towards Celebrities*”. Mereka percaya bahwa terdapat korelasi yang signifikan antara karakteristik kesepian dan *celebrity worship* karena sifat pemalu dan perasaan kesepian. Namun, hasil penelitian tersebut tidak jauh berbeda dari penelitian sebelumnya, yaitu hubungan antara *shyness, loneliness*, dan kuatnya perilaku *celebrity worship* terhadap artis sangat kecil atau bahkan tidak terjadi.

Sekarsari (2009) melakukan penelitian mengenai hubungan antara *loneliness* dan perilaku parasosial pada wanita dewasa muda. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara *loneliness* dengan perilaku parasosial pada wanita dewasa muda. Artinya, tingkat kesepian (*loneliness*) yang dialami oleh individu berhubungan dengan kuat-lemahnya

perilaku parasosial individu tersebut. Semakin tinggi tingkat kesepian (*loneliness*) yang dialami individu maka akan semakin kuat perilaku parasosial yang ditampilkan, begitu pula sebaliknya.

Wahidah dan Cynthia (2011) melakukan penelitian dengan judul, “Hubungan antara Kesepian dengan Perilaku Parasosial Pada Wanita Dewasa Muda”. Hasil penelitian menunjukkan jika terdapat hubungan signifikan positif antara kesepian dengan perilaku parasosial pada wanita dewasa muda. Hal ini dapat diartikan bahwa semakin tinggi tingkat kesepian yang dialami wanita dewasa muda, maka akan membuat perilaku parasosial mereka semakin tinggi.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian lainnya adalah dalam penelitian ini peneliti akan mengkaji mengenai perbedaan sikap *celebrity worship* pada *fans K-pop* usia dewasa muda yang mengalami kesepian sebelum dan sesudah menjadi penggemar.