

BAB I

PENDAHULUAN

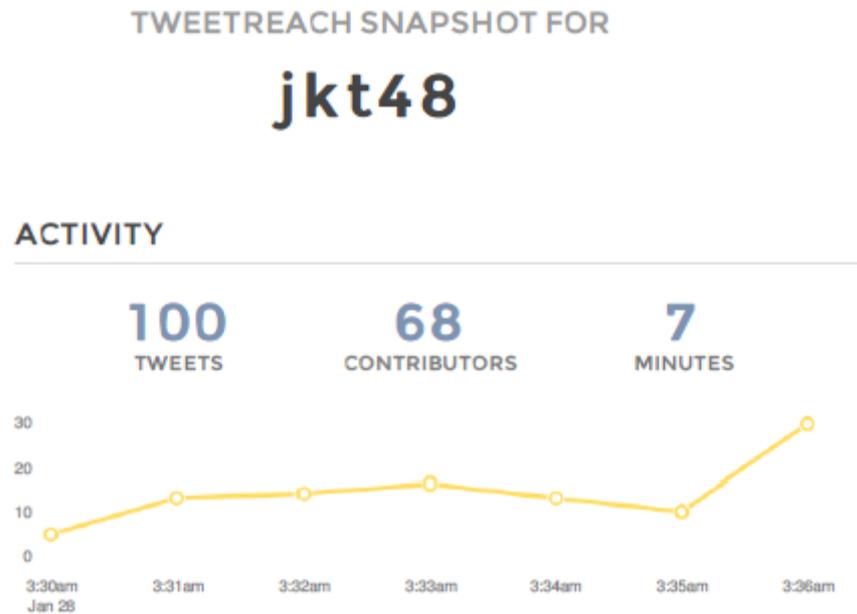
A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia hiburan mengalami kemajuan yang pesat. Acara-acara yang disajikan televisi semakin bervariasi, baik dari sisi konten maupun jenis acara. Jenis-jenis acara tersebut diantaranya adalah film, sinetron, *infotainment*, *reality show*, berita, kuis, serta acara-acara musik. Acara televisi tersebut dikemas dengan menarik sehingga menarik perhatian orang untuk menyaksikan acara tersebut. Perkembangan teknologi informasi semakin memudahkan orang untuk memperoleh informasi tambahan mengenai dunia hiburan sekaligus menikmati hiburan dengan cara yang berbeda. Media elektronik seperti situs *www.youtube.com* dan *video streaming*, memberikan akses informasi dunia hiburan yang mungkin tidak didapatkan melalui televisi. Perkembangan media sosial turut mendukung kemudahan dalam bertukar informasi.

Hal ini membuat dunia hiburan semakin kaya akan konten-konten. Imbas dari perkembangan dunia hiburan tersebut adalah munculnya banyak artis-artis pendatang baru yang berlomba-lomba menarik perhatian penikmat dunia hiburan. Para pendatang baru tersebut ditampilkan dengan kemasan yang menarik, baik dari segi tampilan maupun konsep. Semuanya dilakukan demi meraih penonton yang banyak, yang kemudian akan menjadi penggemar mereka.

Horton dan Wohl (2001) menyatakan bahwa media membantu membentuk hubungan tatap muka antara penggemar dengan artis yang bersifat ilusi, fenomena yang dimaksud oleh Horton dan Wohl disebut *celebrity worship*. Ilusi adalah suatu persepsi panca indera yang disebabkan adanya rangsangan panca indera yang ditafsirkan secara salah. Dengan kata lain, ilusi adalah interpretasi yang salah dari suatu rangsangan pada panca indera (Sarwono, 2008). Ilusi yang terjadi pada penggemar Jakarta48 (*JKT48*) merupakan bentuk *celebrity worship* antara penggemar dan personel *JKT48*. Keinginan penggemar untuk terus berinteraksi dengan idolanya, keinginan untuk terus dekat dan selalu melihat idolanya menjadikan penggemar memiliki ilusi sosial terhadap idolanya.

Ilusi sosial yang dimiliki oleh penggemar salah satunya adalah fanatisme. Bentuk fanatisme dapat berupa menggunakan aksesoris grup idola (kaos, gelang, tas), menghabiskan uang hanya untuk bersalaman dengan idolanya, menunggu kabar terbaru idolanya, dan intens melakukan interaksi dengan idolanya, baik secara langsung maupun melalui media sosial. Setiap ilusi yang terjadi pada manusia adalah hal normal, maka ketika ilusi itu meningkat maka menjadi ilusi sosial maka timbullah berbagai persoalan. Ilusi sosial adalah ilusi yang terjadi pada persepsi sosial, yakni remaja sebagai penggemar *JKT48*. Bentuk ilusi sosial adalah prasangka, stereotipi, rasialisme, fanatisme, favoritisme, dan sebagainya (Sarwono, 2008).



(Gambar 1 : Grafik *tweet* penggemar *JKT48*, www.tweetreach.com, 28 Januari 2016)

Dari gambar 1, diketahui tingkat intensitas interaksi melalui media sosial antara penggemar *JKT48* dan personel idolanya. Dari data ini, diketahui bahwa dalam 7 menit penggemar *JKT48* mampu berinteraksi melalui sosial media *twitter*, dengan idolanya mencapai 100 cuitan / *tweet*. Hal ini menunjukkan dalam sehari penggemar mampu melakukan sebanyak \pm 20.500 *tweet*.

Horton dan Wohl (2001) mengenalkan fenomena *celebrity worship* sebagai suatu hubungan pertemanan atau hubungan dekat dengan tokoh media berdasarkan perasaan ikatan afektif seseorang terhadap tokoh tersebut. Para penggemar berpartisipasi secara aktif secara mental dalam kehidupan dan kepribadian artis yang disukainya tersebut, sehingga mereka merasa

mengenalnya seperti mengenal temannya sendiri. Interaksi yang terjalin merupakan interaksi yang bersifat satu arah, di mana para penggemar merasa mengenal artis yang disukainya secara personal, namun artis tersebut tidak mengetahui sesuatu apapun tentang penggemarnya. Interaksi dengan intensitas yang tinggi dapat mendorong para penggemar untuk melakukan sesuatu yang dianggap tidak rasional oleh orang awam.

JKT48 adalah grup idola yang berasal dari Jakarta, Indonesia yang terbentuk pada tahun 2011, grup *JKT48* merupakan saudara grup idola Akihabara48 (*AKB48*) pertama yang berada di luar Jepang (Jakarta Operation Team, 2012). Aoyagi (1999) mendefinisikan grup idola sebagai 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. Grup ini mengadopsi konsep yang sama dengan grup saudaranya, *AKB48*, yaitu "*Idol you can meet*". Meskipun melakukan kegiatan *entertainment* seperti menyanyi dan menari dan beranggotakan lebih dari dua individu, grup ini menolak disebut *girlband* karena konsep idola yang tidak hanya dapat dilihat melalui televisi, tetapi juga dapat ditemui di teater tempat di mana mereka melakukan penampilan secara rutin. Meskipun sudah melakukan penampilan secara rutin di teater mereka, *JKT48* tetap sering muncul di televisi. Baik hanya untuk sekedar melakukan penampilan menari dan menyanyi, maupun menghadiri acara *talk show*. Menggunakan konsep "*idol you can meet*" atau idol yang bisa kamu temui setiap hari.

Bentuk interaksi yang dilakukan penggemar sangat beragam. Namun, interaksi tersebut tidak pernah terjadi secara langsung, dengan kata lain, interaksi tersebut terjadi secara satu arah. Interaksi dengan penggemarnya akan membentuk komunitas penggemar yang luas dan dengan sistem sosial tersebut, kelekatan yang terbentuk akan menjadi kuat dan berkembang. Konsep “*Idol you can meet*” yang diterapkan oleh *JKT48*, berdampak pada intensitas interaksi dengan penggemarnya. Hal ini membuat para penggemar *JKT48* menjadi terobsesi untuk selalu bertemu dan berinteraksi dengan para anggota *JKT48*.

Dari hasil wawancara dengan penggemar *JKT48*, beberapa penggemar melakukan interaksi seperti membayar ± Rp. 1.000.000,00 hanya untuk bersalaman dengan anggota *JKT48* favorit, intens berinteraksi dengan anggota *JKT48* favorit dan menjadi kebutuhan sehari-hari, mengumpulkan benda-benda yang identik dengan *JKT48*, dan mencari-cari informasi yang berhubungan dengan anggota *JKT48* favoritnya.

JKT48 menjadi idola baru bagi anak muda di Indonesia. Pasar *JKT48* di Indonesia menasar anak muda dengan jangka umur 17-25 tahun. Namun, tidak sedikit juga orang dewasa berumur 30 tahun keatas menjadi bagian dari fenomena *fans kingdom (fandom)* ini (Barfiansya, 2012).

Mayoritas anggota komunitas *fans basecamp (fanbase)JKT48* adalah remaja. Remaja dalam tahap perkembangannya berada pada proses pencarian jati diri akan senantiasa mencari hal-hal baru yang dianggap menarik dan dapat mendapatkan penghargaan diri. Salah satu objek yang remaja anggap

menarik dan dapat meningkatkan penghargaan diri adalah para artis (Santrock, 2003). Hargie (1998) menyatakan bahwa dalam mencari proses pencarian jati diri, remaja harus mampu memiliki respon tingkah laku individu terhadap lingkungan masyarakatnya dan sebaliknya. Bentuk nyata respon tingkah laku terhadap lingkungan masyarakat meliputi kemampuan dalam memberikan pujian, mengeluh karena tidak setuju terhadap sesuatu hal, menolak permintaan orang lain, tukar pengalaman, menuntut hak pribadi, memberi saran kepada orang lain yang berlainan jenis kelamin, berhubungan dengan orang yang lebih tua dan lebih tinggi statusnya, dan kemampuan dalam berinteraksi dengan orang lain (Michelson & Kazdin, 2002). Respon tingkah laku terhadap lingkungan masyarakat ini disebut keterampilan sosial.

Keterampilan sosial menjadi semakin penting khususnya bagi anak yang sudah menginjak masa remaja. Hal ini disebabkan pada masa remaja individu mulai memasuki dunia pergaulan yang lebih luas dengan pengaruh dari teman-teman dan lingkungan sosialnya akan sangat menentukannya. Dengan berbekal ketrampilan sosial yang telah dimilikinya remaja akan mampu dalam berinteraksi dan beradaptasi dengan lingkungannya. Apabila kondisi remaja terus menerus seperti ini maka akan kesulitan untuk mengembangkan keterampilan sosial. Remaja harusnya memiliki keterampilan sosial untuk mendukung pencarian jati diri.

Dalam proses perkembangan identitas diri, remaja membutuhkan *significant other* yaitu seorang yang sangat berarti, seperti sahabat, guru, kakak, bintang olah raga atau bintang film atau siapapun yang dikagumi.

Dalam hal ini, peran media cukup besar dalam kaitannya menghubungkan antara penggemar dan selebriti favoritnya. Orang-orang tersebut menjadi tokoh ideal (idola) karena mempunyai nilai-nilai ideal bagi remaja dan mempunyai pengaruh yang cukup besar bagi perkembangan identitas diri. Remaja memerlukan *significant other* yang nyata atau nampak. Hal ini penting karena *significant other* yang nyata dapat membantu remaja dalam pembentukan keterampilan sosial.

Remaja yang memiliki *significant other* yang nyata akan mampu mengembangkan keterampilan sosial secara penuh karena mendapat dukungan sosial yang nyata berasal dari lingkungan keluarga atau pergaulan. Sebaliknya, remaja yang belum memiliki keterampilan sosial dan tidak memiliki *significant other* yang nyata, akan mengalami kesulitan dalam memiliki respon tingkah laku terhadap lingkungannya. Merrel dan Gimpel (2008) menjelaskan beberapa keterampilan sosial yang idealnya dimiliki oleh remaja seperti : mampu mengatakan tidak atau hal yang tidak sesuai dengan dirinya, berani berpendapat, memiliki kontrol diri untuk membedakan mana yang baik dan buruk dan kemampuan untuk lebih produktif.

Pengaruh lingkungan menyebabkan remaja bertemu dengan sekumpulan individu yang menyukai objek yang sama dengan dirinya. Sehingga mereka menjadi satu kesatuan komunitas penyuka idola yang sama. Dengan tergabung kedalam komunitas *fans basecamp (fanbase) JKT48*, akan mempengaruhi kemampuan keterampilan sosial remaja terhadap lingkungannya.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, penulis tertarik untuk mengetahui hubungan *celebrity worship* pada penggemar *JKT48* terhadap keterampilan sosial pada remaja karena dengan bekal keterampilan sosial yang baik, penggemar *JKT48* dapat mengontrol perilaku *celebrity worship* yang dilakukan.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah terdapat hubungan *celebrity worship* pada penggemar *JKT48* terhadap keterampilan sosial pada remaja?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, terdapat tujuan yang hendak dicapai, yaitu untuk mengetahui hubungan *celebrity worship* pada penggemar *JKT48* terhadap keterampilan sosial pada remaja.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat. Manfaat yang akan diperoleh dari hasil penelitian mengenai *celebrity worship* adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menyumbang dan menambah ilmu di bidang psikologi terutama untuk psikologi perkembangan dan psikologi sosial khususnya mengenai proses pencarian jati diri remaja dan respon tingkah laku remaja terhadap lingkungan sekitarnya. Diharapkan dengan

adanya penelitian ini kita dapat lebih mengerti tentang *celebrity worship* yang berkembang di masyarakat.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi peneliti

Peneliti akan mendapatkan pengalaman dari penelitian yang telah dilakukan sehingga meningkatkan wawasan yang berkaitan dengan ilmu psikologi.

b. Bagi Penggemar JKT48

Hasil penelitian ini memberikan wawasan pada penggemar *JKT48* tentang perilaku *celebrity worship* yang mereka jalani dan mempunyai pengetahuan yang cukup tentang *celebrity worship*.

c. Bagi Remaja

Hasil penelitian ini menambah khasanah pengetahuan mengenai *celebrity worship* yang dilakukan oleh penggemar *JKT48* dan keterampilan sosial.

d. Bagi Universitas Katolik Widya Mandala Madiun

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan arsip dan sumber pustaka bagi peneliti yang akan meneliti permasalahan yang sama.

e. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi bagi mereka yang ingin melakukan penelitian dengan tema yang sama.

E. Keaslian Penelitian

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

Kusuma (2012) melakukan penelitian pada anggota komunitas pecinta *Korean Pop (K-pop)*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara *celebrity worship* terhadap idola *K-pop* dengan perilaku imitasi pada remaja. Hasil analisis dari penelitian ini adalah tidak ada hubungan antara *celebrity worship* terhadap idola *K-pop* dengan perilaku imitasi pada remaja. Tidak adanya hubungan antara *celebrity worship* terhadap idola *K-pop* dengan perilaku imitasi pada remaja dapat disebabkan karena perilaku imitasi terjadi apabila model imitasi sesuai dengan jenis kelamin pelaku imitasi, selain itu perilaku yang diimitasi adalah perilaku yang relevan dengan situasi sosialnya.

Permana (2012) melakukan penelitian pada penggemar *JKT48* yang ada di Surabaya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perkembangan *pop culture* khususnya budaya pop Jepang di Indonesia. Peneliti merasa aktifitas social yang terjadi dalam *fandom JKT48* sangat unik dan menarik untuk diteliti. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fans *JKT48* memiliki keunikan sendiri dalam aktifitas sosial *fandom* mereka. Seperti adanya fans yang membuat sebuah acara untuk mengumpulkan para fans yang ada di Surabaya, menjual barang koleksi untuk tetap bisa menjalani aktifitas *fandom JKT48*, mendapatkan motivasi

dari idolnya, adanya keinginan menunjukkan identitas suatu fandom darisuatu daerah tertentu, serta rasa nasionalisme fans *JKT48* yang merupakan Warga Negara dari Jepang.

Martin dan Cayanus (2013) melakukan penelitian pada subjek yang gemar menonton televisi. Tujuan dari penelitian ini adalah peneliti ingin menguji hubungan antara *celebrity worship* dengan kepribadian, melalui media televisi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa partisipan memiliki motivasi yang tinggi untuk menyaksikan televisi. 58 wanita dan 58 pria diketahui memiliki motivasi yang tinggi untuk menonton televisi dan memiliki perilaku *celebrity worship* yang cukup tinggi sehingga mempengaruhi mereka memiliki fantasi yang tidak terkendali terhadap tokoh idola yang disukai.

Septiyani (2007) melakukan penelitian pada siswa-siswi sekolah menengah pertama, yang tinggal bersama ayahnya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji apakah ada hubungan positif antarpersepsi peran ayah dalam keluarga dengan keterampilan sosial pada remaja awal. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa ada hubungan positif yang signifikan antara persepsi peran ayah dalam keluarga dengan ketrampilan sosial pada remaja awal.

Kirana (2006) melakukan penelitian pada remaja yang berusia antara lima belas hingga delapan belas tahun, baik laki-laki ataupun perempuan, dan duduk pada bangku SMA Muhammadiyah 1 Muntilan. Tujuan dari penelitian ini adalah menguji apakah ada hubungan negatif

antarakecakupan sosial dengan kecenderungan depresi pada remaja. Hasil analisis data menunjukkan bahwa menunjukkanada hubungan negatif yangtidak signifikan antara kecakupan sosial dengan kecenderungan depresi,dengan demikian hipotesis yang diajukan oleh peneliti ditolak.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang lain adalah dalam penelitian ini peneliti mengkaji hubungan *celebrity worship* pada penggemar JKT48 terhadap kecakupan sosial pada remaja.