

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan zaman, teknologi di era sekarang pun juga semakin maju di tengah-tengah masyarakat. Terjadinya kemajuan dan pertukaran informasi yang pesat antar berbagai negara yang berbeda dapat terjadi dikarenakan adanya faktor pendukung yaitu globalisasi dan kemajuan teknologi (dalam Maharani, 2021). Perkembangan globalisasi yang melaju pesat, menyediakan ruang akses bagi dunia dalam mendapat beragam jenis informasi-informasi yang mereka butuhkan.

Globalisasi ialah sebuah gejala tersebarnya nilai-nilai dan budaya tertentu keseluruh dunia sehingga menjadi budaya dunia atau *world culture* (dalam Ernawam, 2017). Globalisasi dapat dikatakan sebagai proses integrasi berbagai informasi, budaya, ekonomi, politik dan yang lainnya dari berbagai dunia (dalam Putri, 2019). Dengan semakin berkembangnya teknologi, maka semakin memudahkan seluruh masyarakat untuk menerima informasi secara cepat, baik informasi dari dalam negeri maupun luar negeri.

Salah satu negara yang sangat pandai memanfaatkan kemajuan teknologi dan globalisasi sebagai sarana untuk memperkenalkan dan menyebarkan budaya

adalah negara Korea Selatan. Kebudayaan Korea selatan yang sudah semakin mendunia kini lebih dikenal oleh masyarakat dengan sebutan *Korean wave* (dalam Ri'aeni dkk., 2019). *Korean Wave* merupakan istilah yang digunakan untuk menjelaskan tentang fenomena terjadinya penyebaran kebudayaan Korea di seluruh dunia. *Korean wave* yang kini mendunia sangat berpengaruh terhadap beberapa aspek yang ada pada kehidupan seperti pemakaian bahasa, gaya berpakaian, gaya hidup, makanan, serta musik (dalam Maharani, 2021). Budaya Korea kini mulai menyebar di berbagai bidang seperti bidang *fashion*, film, gaya hidup dan lain-lain. Salah satu budaya yang sedang berkembang di dunia terutama Indonesia saat ini adalah budaya pop Korea atau yang sering kita dengar dengan istilah K-pop. Demam budaya Korea sudah sangat menjamur di Indonesia. Dilihat dengan penjualan album musik Korea yang sangat melejit di Indonesia. Salah satu *online shop* di media sosial Instagram yang menjual album musik Korea yaitu K-pop Sale, dapat menjual lebih dari 500 keping album musik hanya untuk 1 artis Korea (dalam Putri, 2019)

K-pop ialah suatu aliran musik yang terdiri dari gabungan berbagai aliran musik yang ada. K-pop lebih dikenal sebagai suatu kelompok perempuan ataupun laki-laki atau disebut juga dengan sebutan *girlband* dan *boyband*. Korean pop bukan hanya mengenalkan musik, tetapi juga mengenalkan budaya melalui kostum, pakaian, kuliner, dan gaya hidup. *Girlband dan boyband* tidak hanya memiliki kemampuan untuk menyanyi tetapi juga kemampuan menari di atas panggung (dalam Maharani, 2021). Tidak dapat dipungkiri bahwa wajah yang rupawan, gaya yang keren dan *trendy*, penampilan yang *fresh* dan menarik, dan didukung musik

yang *easy listening* serta didukung *dance* yang enerjik, dan multitalenta menyebabkan banyak orang terutama kaum remaja tergila-gila (dalam Hastika, 2019).

Di Indonesia sendiri perkembangan Kpop dimulai pada tahun 2009 dan berkembang pesat pada tahun 2013. Berkembangnya budaya Pop Korea di Indonesia dibuktikan dengan munculnya "*Asian Fans Club (AFC)*," yang dapat pula diakses pada <http://www.asfansclub.com> yaitu blog Indonesia yang berisi tentang berita dunia hiburan Korea. AFC didirikan pada 1 Agustus 2009 oleh seorang remaja perempuan bernama Santi Ela Sari. Hal ini dapat dilihat dari data statistik melalui situs Pagarankalexa.com dalam Nasution Rizky, *Asian Fans Club* adalah situs "Korean Intertainment" terbesar di Indonesia. Pengunjung *Asian Fans Club* hampir seluruhnya berasal dari Indonesia, sebagian besar merupakan wanita berusia di bawah 25 tahun yang dapat dikategorikan remaja dan biasanya mengakses internet di rumah maupun sekolah. Jika dilihat dari statistik jumlah pengunjung *Asian Fans Club* melalui Pagarankalexa.com sampai 20 Oktober 2013, *Asian Fans Club* telah dikunjungi sebanyak 12.857.543 pengunjung. Ini berarti *Asian Fans Club* dikunjungi oleh rata-rata 5.864 orang setiap hari. industri musik Korea telah berhasil membius masyarakat Indonesia, khususnya di kalangan remaja (dalam Khairunnisa, 2019).

Masa remaja merupakan masa beralihnya dari masa anak-anak menuju masa dewasa (Sarwono, 2016). Masa remaja adalah masa transisi suatu perkembangan di antara masa kanak-kanak ke dewasa yang pada umumnya dimulai dari usia 12 atau 13 tahun dan berakhir pada usia akhir belasan tahun atau awal dua puluh tahun

(Papalia & Olds, dalam Saputro, 2018). Berdasarkan tahapan perkembangan psikososial pada remaja yang dikembangkan oleh Erikson (dalam Etikasari, 2018), masa remaja berada pada tahap yang kelima yaitu *identity vs identity confusion* (pencarian identitas versus kebingungan identitas). Pada tahapan ini remaja cenderung berusaha untuk melepaskan diri sendiri dari ikatan psikis orang tuanya dan berusaha untuk mencari jati dirinya sendiri dengan berekspresi dan melakukan apa yang mereka sukai. Salah satu tugas dari perkembangan remaja adalah menemukan manusia model yang menjadi identitas pribadinya (dalam Saputro, 2018).

Pada aspek remaja, remaja mengalami sebuah perubahan dalam hal *setting* jaringan sosialnya, jika pada masa anak-anak orang tua dan guru menjadi figur idola mereka, maka pada masa remaja teman sebaya menggantikan posisi tersebut, sehingga dalam berbagai aspek dimensi remaja lebih mendengarkan dan mengikuti apa yang menjadi pandangan teman sebayanya (dalam Etikasari, 2018). Erikson juga menjelaskan bahwa salah satu sumber yang mempengaruhi pembentukan identitas diri adalah *role model* atau tokoh idola yaitu seseorang yang berarti baginya atau orang yang dikagumi. Pada umumnya figur yang menjadi idola atau pujaan remaja berasal dari kalangan selebritis seperti para penyanyi, bintang film, dan olahragawan.

Masa remaja sendiri sering dihadapkan dengan banyaknya peran baru, remaja mempelajari peran baru dari lingkungan sosial sekitar seperti keluarga, teman, tokoh idola, dan masyarakat, figur tersebut yang menjadi faktor dalam perkembangan identitas pada diri remaja. Untuk membentuk sebuah identitas yang

positif maka remaja harus mendapatkan jalan yang positif untuk menerapkan sebuah peran yang baru dalam kehidupannya dan remaja harus menerapkan peran baru tersebut dengan cara yang sehat (dalam Aulia, 2022).

Remaja yang sukses dalam mencapai suatu identitas yang stabil adalah remaja yang bisa memahami perbedaan dan persamaan dengan orang lain, menyadari sebuah kelebihan dan kekurangan dirinya sendiri, penuh percaya diri, tanggap terhadap segala bentuk situasi, dapat memperoleh pandangan yang jelas akan dirinya, mampu mengambil suatu keputusan yang penting, dan mampu mencegah tantangan masa depan, serta mengenal perannya di dalam masyarakat (dalam Etikasari, 2018). Namun, remaja juga dapat mengalami kegagalan dalam sebuah proses pembentukan identitas diri yang akan menyebabkan remaja tidak menemukan identitas dirinya dan melakukan imitasi terhadap sosok idolanya.

Imitation disebut juga *modeling*, *observational learning*, atau *social learning* (Davidoff, dalam Barida, 2016). Dasar dari imitasi adalah teori belajar sosial yang dikembangkan oleh Albert Bandura. Menurut Bandura (Olson & Hergenhahn, 2016), proses mengamati dan meniru perilaku dan sikap orang lain sebagai model merupakan tindakan belajar. Dalam teori Bandura, model dapat berupa apa saja yang menyampaikan informasi, seperti orang, film, program televisi, demonstrasi, gambar, atau instruksi. Imitasi merupakan suatu bentuk pembelajaran sosial yang membawa pada perkembangan tradisi dan pada akhirnya menjadi budaya individu. Hal ini merupakan teknik pengembangan tingkah laku individu dengan meniru dari apa yang ditafsirkannya melalui observasi terhadap suatu model yang menjadi objek observasinya (dalam Barida, 2016).

Albert Bandura (dalam Sherly, 2019) juga mengemukakan bahwa terdapat empat faktor yang mempengaruhi perilaku imitasi pada remaja, diantaranya yaitu ; (1) *self Control*, yaitu kemampuan seseorang untuk mengontrol perilakunya, (2) *self concept* yaitu seseorang akan mengkonsepkan dirinya sesuai dengan orang yang dijadikan *role model*. Tindakan *role-model* yang memiliki status lebih tinggi, memiliki kemungkinan untuk berhasil dan memiliki nilai fungsional yang lebih besar bagi pengamatnya daripada *role model* yang memiliki kemampuan intelektual, dan sosial yang lebih rendah, (3) lingkungan, manusia mendapatkan berbagai macam perilaku dari hasil belajarnya dengan cara mengobservasi orang yang dijadikannya *role model*, sehingga ia tidak harus lagi membentuk pola perilaku sendiri melalui proses *trial and error*, (4) adanya *reinforcement* (penguatan), proses pembelajaran yang berasal dari pengalaman langsung sebagian besar dipengaruhi oleh *reward* atau *punishment* yang mengikuti setiap tindakan. Melalui *reward* ataupun *punishment* yang akan diterima dari setiap tindakan yang dilakukan, individu bisa membuat dugaan-dugaan tentang perilaku seperti apa yang akan memberikan hasil yang menguntungkan bagi individu yang bersangkutan. Perilaku imitasi ini timbul karena seseorang begitu mengagumi idolanya, sehingga ia merasa perlu untuk meniru idolanya dalam aspek penampilan gaya hidup, sikap, ataupun sesau yang dipunyai oleh idol K- Pop kesukaannya.

Hal yang dijelaskan diatas sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Unggul Kurnia Dewi & Dr. Muhammad Supraja yang menemukan bahwa perilaku imitasi yang dilakukan oleh penggemar K-pop melalui beberapa proses yaitu ; (1) proses perhatian yang dilakukan penggemar terhadap terhadap K-pop,

(2) proses ingatan dan internalisasi terhadap nilai-nilai K-pop yang akan di imitasi, (3) proses reproduksi yaitu penggemar memutuskan untuk melakukan imitasi terhadap idolanya setelah melalui proses perhatian dan ingatan, (4) motivasi dimana penggemar melakukan imitasi atau peniruan karena adanya dorongan. Sedangkan faktor-faktor yang menyebabkan kaum muda mengimitasi K-pop terjadi karena adanya pengaruh dari media massa khususnya internet, kesenangan dan kepuasan diri dari pelaku imitasi tersebut, dan pengaruh teman atau kelompok sesama penggemar K-pop.

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini bahwa perilaku mengimitasi gaya hidup K-pop yang melekat pada idol yang dilakukan oleh kaum muda penggemar K-pop, merupakan bentuk dari gaya hidup yang ingin ditampilkan oleh kaum muda tersebut. Dengan gaya hidup tersebut kaum muda ingin menunjukkan identitasnya sebagai penggemar K-pop. Sehingga berdasarkan penelitian tersebut bisa kita simpulkan bahwa perilaku imitasi muncul karena rasa mengidolakan yang terlalu berlebihan (Fanatisme).

Fanatisme merupakan bentuk ekspresi berlebihan yang kadang terjadi dalam keadaan menyadari ataupun tidak, serta menggambarkan kecintaan sekelompok individu pada sesuatu hal yang mereka anggap dan yakini menjadi suatu yang terbaik untuk diri mereka (dalam Maharani, 2021). Fanatisme merupakan suatu keyakinan mengenai sesuatu yang positif maupun negatif, pandangan yang tidak memiliki pijakan kenyataan atau sandaran teori, akan tetapi dianut secara mendalam sehingga sulit untuk diubah dan diluruskan (Permana, dalam Aulia dkk., 2022).

Menurut KBBI, fanatisme adalah keyakinan (kepercayaan) yang terlalu kuat terhadap ajaran (politik, agama, dan sebagainya). Seseorang yang bersikap fanatik ini disebut dengan penggemar (dalam Etikasari, 2018). Fanatisme dapat diartikan sebagai suatu bentuk rasa percaya yang menjadikan individu kabur akan suatu yang benar (buta), hal yang terjadi setelahnya ialah individu tersebut akan berusaha sekuat-kuatnya dalam mempertahankan kepercayaannya (dalam Maharani, 2021). Fanatisme menciptakan suatu keyakinan dan pemahaman berupa sebuah hubungan, kesetiaan, pengabdian, kecintaan, dan sebagainya (Widiarti, dalam Aulia dkk., 2022). Fanatisme adalah suatu keyakinan yang membuat seseorang buta sehingga mau melakukan segala hal apapun demi mempertahankan keyakinan yang dianutnya (Goddard, dalam Adriani, 2021).

Seperti berbagai hal sejenisnya, fanatisme juga dapat berdampak positif maupun negatif. Penggemar yang sudah masuk ke dalam kategori fanatik cenderung mengidentifikasikan diri mereka beserta idolnya serta menganggap apa-apa yang idolnya rasakan maka mereka dapat merasakannya pula. Sehingga perilaku yang cenderung dilakukan ketika sudah fanatik terhadap sesuatu ialah mengimitasinya (Goddard dalam Hastika, 2019). Beberapa diantaranya yang dapat menjadi contoh ialah penggemar yang fanatik akan rela menghabiskan banyak uangnya untuk membeli pernak-pernik yang sama dengan idolanya, seperti *jacket*, gelang, *lighstick*, *tumbler*, dan lain sebagainya agar mendapatkan kepuasan menggunakan hal yang sama seperti yang digunakan idolanya. Kemudian penggemar yang fanatik juga akan rela menghabiskan uang berjuta-juta untuk

menonton konser idol K-popnya ataupun membeli album idolanya yang harganya ratusan ribu sampai jutaan.

Berdasarkan uraian di atas muncullah pertanyaan, apakah fanatisme K-pop ini memiliki pengaruh terhadap perilaku remaja. Berdasarkan banyaknya fakta bahwa K-pop ini berpengaruh besar terhadap diri remaja dan berpotensi menimbulkan berbagai permasalahan yang bisa berakibat fatal, contohnya seperti meniru (imitasi) yang negatif dari gaya hidup artis tersebut. Seharusnya remaja mampu melakukan imitasi yang positif kepada idolanya, sehingga dapat mengarahkan remaja pada penampilan dan perilaku yang baik, serta dapat menginspirasi untuk memiliki prestasi. Akan tetapi, kebanyakan dari remaja memiliki rasa suka yang berlebihan kepada idolanya yang mengakibatkan remaja tersebut fanatisme sehingga berpengaruh kepada psikologisnya yaitu meniru yang disebabkan karena tidak merasa percaya diri pada dirinya serta tidak akan menjadi sebuah pribadi yang utuh atau gagal dalam pembentukan identitasnya, dengan demikian diharapkan remaja sadar akan permasalahan fanatisme K-pop agar dapat dicegah dan diatasi.

Kajian dan pemahaman tentang fanatisme dan perilaku imitasi pada remaja saat ini dikategorikan sangat penting karena akan berdampak bagi perkembangan remaja. Yang mana perilaku imitasi akan membuat mereka kurang bisa mengetahui tentang potensi dan karakteristik aslinya.

Peneliti melakukan studi pendahuluan pada beberapa siswa di SMP Negeri 8 Padang. Berdasarkan observasi dan wawancara yang peneliti lakukan pada tanggal 01 November 2022 peneliti mendapatkan beberapa siswa yang meniru gaya

hidup idol K-pop. Ada beberapa diantaranya yang menggunakan bahasa korea yang sering diucapkan para idol untuk menyapa fansnya, seperti “*annyeonghaseyo*”, kemudian mengucapkan “*jal meokgesseumnida*” ketika hendak makan. Kemudian peneliti juga melihat bahwa ada beberapa diantara mereka yang berfoto dengan gaya ala artis K-pop seperti memberikan tanda hati kecil dengan jarinya ataupun membuat pose tanda hati setengah dan ditempelkan dipipi siswa tersebut ketika berfoto. Ada pula beberapa siswa yang menggunakan *case* HP mirip dengan desain yang dipakai idolanya, kemudian ada juga yang menggunakan jacket yang berlogo *girlband / boyband* favorit siswa tersebut.

Peneliti kemudian juga melakukan wawancara kepada 7 orang siswa SMP Negeri 8 Padang. Pada saat diwawancarai 4 orang diantara siswa tersebut mengaku sebagai *Blink* (nama untuk sebutan *fansclub* Black Pink). Mereka mengatakan bahwa mereka rela untuk tidur malam bahkan sampai pukul 02.00-03.00 dini hari hanya untuk melihat anggota Black Pink *live* di media sosial mereka. Siswa tersebut mengaku rela menghemat uang sakunya hanya untuk membeli *hoodie* yang digunakan Black Pink pada saat *world tour* baru-baru ini, serta salah satu diantara siswa tersebut juga mengaku pernah membuat *make up look* seperti *make up* Rose (personil Black Pink). Kemudian terdapat 4 orang siswa lainnya yang mengaku sebagai *Army* (nama untuk sebutan *fansclub* BTS), beberapa diantara siswa tersebut bahkan mengaku-ngaku personil *boyband* tersebut sebagai pacar bahkan suaminya. Siswa tersebut juga melakukan *cover* terhadap *dance* dari *music video boyband* tersebut dan menjadikannya sebagai penampilan pada saat pentas seni di sekolah mereka, bahkan menjadikan *dance* tersebut sebagai gerakan yang kelompok siswa

tersebut tampilkan pada saat mengikuti lomba. Sedangkan satu siswa yang lainnya mengaku sebagai NCTzen (nama untuk sebutan *fansclub* NCT 127). Siswa tersebut mengaku sedang memakai sepatu yang pernah dipakai Jaemin (personil NCT 127) pada saat konser.

Berdasarkan gambaran awal tersebut, peneliti merasakan perlu untuk mengadakan penelitian terkait pengaruh fanatisme K-pop terhadap perilaku imitasi remaja di SMP Negeri 8 Padang. Penelitian terkait fanatisme dan perilaku imitasi pernah dilakukan oleh Dea Aulia pada tahun 2021 dengan judul “Pengaruh Fanatisme K-pop terhadap Perilaku Imitasi Remaja (Studi Komunitas *Purple Army* Pekanbaru)” yang mendapatkan temuan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara fanatisme K-pop terhadap perilaku imitasi remaja di Komunitas *Purple Army* Pekanbaru. Kemudian penelitian terkait juga pernah dilakukan oleh Unggul Kurnia Dewi & Dr. Muhammad Supraja pada tahun 2015 yang berjudul “Pengaruh K-pop terhadap Gaya Hidup Imitasi Kaum Muda di Yogyakarta”. Hasil penelitian tersebut mendapatkan kesimpulan bahwa K-pop memiliki pengaruh terhadap gaya hidup imitasi kaum muda di Yogyakarta. Penelitian yang sejalan juga pernah dilakukan oleh Karina Amaliantami Putri pada tahun 2019 yang berjudul “Gaya Hidup Generasi Z Sebagai Penggemar Fanatik *Korean Wave*”, hasil dari penelitian ini mengungkap bahwa generasi Z menjatuhkan pilihan selera mereka pada aliran musik K-pop, tayangan serial drama Korea, penggunaan produk kosmetik Korea, hingga pemilihan restoran Korea sebagai tempat makan. Terlihat dari perilaku fanatisme yang kuat hingga intensitas mereka terhadap mengikuti budaya Korea itu sendiri.

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu yang telah dipaparkan diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait pengaruh fanatisme K-pop terhadap perilaku imitasi remaja. Penelitian dengan variabel yang sama tersebut peneliti lakukan namun dengan menggunakan subjek, lokasi serta tahun penelitian yang berbeda. Dengan ini peneliti menyatakan bahwa penelitian yang akan dilakukan dalam pembuatan skripsi ini tidak originalitas dan bersumber pada beberapa penelitian sebelumnya, melalui jurnal dan naskah publikasi yang sudah pernah dirilis.

Berdasarkan fenomena-fenomena dan beberapa penelitian terdahulu yang telah dipaparkan diatas, maka judul penelitian yang peneliti angkat ialah “Hubungan Antara Fanatisme dengan Perilaku Imitasi K-pop Remaja di SMP Negeri 8 Padang”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah apakah terdapat hubungan antara fanatisme dengan perilaku imitasi K-pop remaja di SMP Negeri 8 Padang?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara fanatisme dengan perilaku imitasi K-pop remaja di SMP Negeri 8 Padang.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang berarti dalam perkembangan kajian ilmu psikologi, khususnya pada bidang psikologi sosial.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Remaja

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan menambah wawasan bagi subjek penelitian ataupun remaja lainnya mengenai fanatisme dan perilaku imitasi, sehingga para remaja dapat mengambil manfaat, mengetahui dan memahami pengaruh positif maupun negatif fanatisme terhadap tokoh idola.

b. Bagi Orang Tua dan Guru

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan kepada orang tua dan guru dalam memperhatikan atau mengawasi dan memberi bimbingan agar anak didik tidak terjebak dalam fanatisme terhadap idola dan perilaku imitasi negatif yang dapat merugikan.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi Peneliti selanjutnya yang berminat untuk meneliti mengenai hubungan fanatisme K-pop dengan perilaku imitasi remaja, maka hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan rujukan dan bahan perbandingan dalam melakukan kajian dan penelitian selanjutnya.