

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan industri hiburan di Korea Selatan pada era saat ini sudah sangat maju dan berkembang. Terbukti dari gelombang *Korean Wave* yang dimulai pada tahun 1997 terus tersebar ke seluruh dunia hingga saat ini. *Korean Wave* adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan produk kebudayaan populer (*pop culture*) Korea Selatan yang berhasil diekspor ke negara-negara lain di wilayah Asia maupun Amerika. Sejak saat itu, budaya Korea menjadi pusat perhatian dunia karena menjadi salah satu hiburan yang tampak sempurna. *Korean Wave* tidak saja sebatas berhasil memasarkan budaya Korea Selatan, akan tetapi berhasil juga memasarkan produk-produk komersial dan pariwisata Korea Selatan kepada publik di berbagai negara. *Korean Wave* tidak lagi hanya sekedar transfer budaya lintas negara atau perluasan industri hiburan, akan tetapi telah menjadi sebuah kekuatan bagi Korea Selatan dalam memperoleh keuntungan ekonomi (Sari, 2023)

Dari banyaknya kebudayaan yang dikenalkan, musik dari Korea Selatan lebih dikenal masyarakat dengan istilah *Korean pop music* atau K-pop. K-pop sudah menguasai pasar hiburan di Asia, sehingga semua orang mengetahui tentang K-pop. Dapat dilihat dari perilaku para penggemar yaitu menyukai bahasa Korea seperti bahasa yang digunakan oleh personel KPop, menyukai musik Korea yang merupakan budaya baru yang masuk ke Indonesia, dan mengikuti tren fashion dan gaya hidup para idola Korea (Lauwhanda, 2021)

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki jumlah penggemar K-pop terbanyak di dunia, dimana data ini diambil sejak tahun 2019 sampai dengan tahun 2020. Jika dilihat dari jumlah penggemar K-pop melalui twitter, Indonesia menempati urutan ke-4 terbanyak dalam jumlah penggemar K-pop dan posisi utama adalah Amerika kemudian Jepang dan Korea Selatan. Jumlah cuitan di Twitter tentang K-pop di Indonesia termasuk peringkat ketiga setelah negara Thailand dan Korea Selatan. Grup K-pop yang paling digemari oleh pengguna Twitter Indonesia adalah BTS, EXO, TXT, NCT 127 dan Stray Kids (Ningsih, 2021). Maraknya perkembangan budaya K-pop di Indonesia tentu saja membawa dampak tersendiri bagi penggemar K-pop, dimana banyak orang khususnya remaja perempuan yang mengaku menjadi penggemar sekaligus melakukan pemujaan dan meniru selebriti yang berasal dari Negara Korea Selatan tersebut. Umumnya penggemar yang berada pada usia remaja (Adiesia & Sofia, 2021)

Kpop sangat populer karena paras idol yang cantik, ganteng, dan ada juga idol kpop yang menyenangkan (Barrang, 2022). Namun, dengan kehadiran tren K-Pop tersebut di semua kalangan menyebabkan kurangnya kecintaan pada Indonesia. Semua hal mulai dari gaya berpakaian hingga tips olahraga agar mendapatkan tubuh yang indah seperti selebriti korea tersebut menjadi kiblat bagi semua orang , tidak hanya penggemar K-Pop saja.

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh IDN Times terhadap 580 responden melalui sarana elektronik di seluruh wilayah Indonesia dari Desember 2018 hingga bulan Januari 2019, diperoleh hasil bahwa mayoritas penggemar K-pop adalah perempuan dengan persentase sebesar 92,1% dan laki-laki sebesar 7,9%. Persentase

menunjukkan bahwa perempuan lebih banyak menggemari K-pop dari pada laki-laki. Demografi usia para penggemar juga beragam yaitu 10-15 tahun adalah 9,3%, 15-20 tahun adalah 38,1%, 20-25 tahun adalah 40,7%, dan > 25 tahun adalah 11,9%. Maka dapat dilihat proporsi anak muda lebih tinggi. Dari hasil penelitian terhadap penggemar K-pop sangat beragam, mulai dari pelajar atau mahasiswa sebesar 66,1%, swasta 21,2%, dan pengusaha 4,7% (Triadanti dalam Ristiarni, 2023).

Menurut Nabila (2022) bagi seorang perempuan khususnya remaja, penampilan adalah hal yang sangat penting. Kecantikan merupakan tolak ukur yang paling sering digunakan dalam berbagai kebudayaan untuk menilai perempuan. Oleh sebab itu, penting baginya untuk memperlihatkan penampilan yang bisa menarik perhatian orang lain atau dengan kata lain tampil sempurna. Kebanyakan orang mempersepsikan seorang wanita yang sempurna itu adalah seorang wanita yang mempunyai paras yang cantik, pintar, mempunyai badan yang tinggi, langsing dan tubuh yang ideal. Padahal pada kenyataannya, definisi seorang wanita yang sempurna itu tergantung pada bagaimana seseorang memaknai dan mempersepsikan hal tersebut. Di sisi lain, terdapat relativitas kecantikan dalam masyarakat yang dinilai secara berbeda-beda antar budaya dan antar waktu. Salah satu ukuran kecantikan yang banyak mendapatkan perhatian adalah citra mengenai bentuk tubuh atau *body image*.

Menurut Ramanda, dkk (2019) *Body Image* adalah suatu sikap atau perasaan puas dan tidak puas yang dimiliki seseorang atau suatu individu tertentu terhadap tubuhnya sehingga dapat melahirkan suatu penilaian positif maupun negatif pada

dirinya tersebut. *Body Image* yang positif artinya individu sudah merasa puas dengan penampilannya saat ini, menghargai segala yang diberikan oleh tubuhnya, dan menerima segala kekurangan dari tubuhnya. Individu yang memiliki *body image* positif ditunjukkan dengan beberapa perilaku antara lain kepuasan terhadap tubuh yang dimiliki, penerimaan diri terhadap tubuh, dan kepercayaan diri yang tinggi terhadap tubuh yang dimiliki. *Body image* negatif adalah pandangan negatif individu mengenai tubuh yang dimilikinya. *Body image* negatif merupakan ketidakmampuan seseorang menerima keadaan tubuhnya bahwa penampilannya tidak memenuhi standar pribadinya, sehingga individu menilai tubuhnya dengan rendah.

Honignam dan Castle (dalam Lauwhanda, 2021), berpendapat *body image* merupakan gambaran mental individu terhadap bentuk dan ukuran tubuhnya sendiri dan bagaimana individu mempersepsikan dan menilai atas apa yang dipikirkan dan dirasakan atas bentuk tubuhnya sendiri dan berdasarkan penilaian dari orang lain. Menurut Mountford dan Koskina (dalam Lauwhanda, 2021) *body image* dianggap sebagai pemikiran yang dinamis dan dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti pengalaman interpersonal, kepribadian, dan norma sosial dan budaya.

Menurut Nabila (2022) salah satu faktor yang mempengaruhi *body image* adalah media masa. Media masa sangat kuat mempengaruhi budaya sosial, budaya yang populer saat ini terkait bidang fashion, musik, gaya hidup, skincare, dan lainnya dapat ditemui di K-Pop. Di era saat ini K-Pop sangat mudah menyebar melalui sosial media seperti Twitter, Instagram, Facebook, Tiktok. Dengan hal hal sederhana yang mulai disukai lalu menjadi penggemar dan mulai mengikuti berita

terkini sang idola hingga menjadi obsesi untuk mencari tahu hal hal pribadi para selebriti tersebut. Perilaku obsesi pada selebriti biasa disebut dengan *celebrity worship*.

Menurut Maltby & Liza (dalam Aini, 2019) *celebrity worship* adalah bentuk kekaguman dengan intensitas yang tidak biasa dan memiliki hubungan satu sisi dimana seorang individu mengetahui idolanya dan sebagai bentuk penghormatan. *Celebrity Worship* dapat diidentifikasi melalui tiga tingkatan yaitu *entertainment social, intensive-personal, borderline-pathological*. Menurut Pertiwi (dalam Ayu & Dewi, 2020) Salah satu perilaku *celebrity worship* yang sering ditemui adalah penggemar merasa seperti memiliki ikatan dengan idola mereka sehingga dapat melakukan berbagai cara supaya menjadi lebih dekat dengan sang idola.

Nabila (2022) mengatakan salah satu contoh fenomena *celebrity worship* di kalangan penggemar K-pop adalah keinginan khususnya remaja perempuan untuk memiliki bentuk tubuh ideal seperti selebriti favoritnya. Seorang selebriti yang memiliki tubuh ideal biasanya menjadi tolak ukur bagi seorang penggemar untuk membentuk tubuh yang ideal seperti artis idolanya. Dari fenomena tersebut, ada penggemar yang merasa kurang puas dengan bentuk tubuh yang di milikinya akan rela mengikuti pola diet ekstrim selebriti, tak jarang juga tanpa pengawasan dari ahli gizi demi meniru sang idola. Selain itu, juga terdapat penggemar yang memiliki obsesi berlebihan tersebut dengan bermodal kekayaannya akan rela melakukan operasi plastik agar memiliki pola wajah indah seperti selebriti. Hal tersebut diperkuat oleh hasil observasi dan wawancara pada penggemar K-Pop Komunitas NCTzen Padang.

Peneliti melakukan observasi dan wawancara pada tanggal 22 Oktober 2023 pada sebuah acara nobar (nonton bareng) yang diadakan oleh NCTZEN Padang di sebuah café. Ditemukan bahwa para penggemar Kpop memiliki penampilan yang tampak rapi serta menarik. Beberapa penggemar juga saling memuji cara berpakaian penggemar lainnya. Para penggemar mengaku tidak memilih teman dengan mengategorikan ukuran tubuh, namun mereka mengategorikan diri sendiri dalam ukuran tubuh tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti pada tanggal 22 Oktober 2023 terhadap 5 orang anggota grup *Whatsapp* NCTZEN Padang di dapatkan hasil bahwa menurut para penggemar gambaran tubuh yang ideal itu hampir seperti idola K-Pop, contohnya memiliki bentuk tubuh yang indah, kaki yang jenjang dan cara berpakaian yang trendi. Para penggemar juga mengakui mereka menyukai dan merasa cukup puas dengan bentuk tubuhnya, hanya terkadang para penggemar mengikuti cara berpakaian idola agar merasa lebih menarik dan percaya diri. Beberapa penggemar juga memiliki kekhawatiran menjadi gemuk sehingga mulai mengikuti olahraga maupun diet ringan ala idola Kpop. Para penggemar sering mencari tau informasi terkait idolanya melalui sosial media, serta penggemar yang berlangganan untuk berkirim pesan dengan idola di aplikasi "Lysn". Para penggemar juga sering mengungkapkan idola sebagai kekasih mereka dalam hal bergurau maupun hal serius. Pada aspek *borderline phatological* tidak ditemukan fenomena yang sesuai dengan para penggemar tersebut.

Penelitian tentang *Celebrity Worship* dengan *Body Image* pernah diteliti oleh Tumanan pada tahun (2023) dengan judul "Hubungan antara *Celebrity*

*Worship* dengan *Body Image* pada Penggemar *Blackpink*” diperoleh hasil bahwa terdapat hubungan positif signifikan antara *entertainment social* dengan *body image*, *intense personal feeling* dengan *body image*, dan *borderline pathological* dengan *body image* pada penggemar *Blackpink*. Artinya, semakin tinggi *entertainment social* yang dimiliki penggemar *Blackpink* maka akan semakin positif *body image* yang dimiliki, begitupun pada dimensi kedua dimana semakin tinggi *intense personal feeling* yang dimiliki penggemar *Blackpink* maka akan semakin positif *body image* yang dimiliki, dan sama halnya juga pada dimensi yang terakhir semakin tinggi *borderline pathological* yang dimiliki oleh penggemar *Blackpink* maka semakin positif *body image* yang dimiliki.

Selanjutnya, Penelitian yang sama juga pernah dilakukan oleh Chairul Niswah Ristiarni pada tahun (2022) dengan judul “Hubungan *Celebrity Worship* dengan Citra Tubuh Pada Mahasiswa Penggemar K-Pop di Uin Ar-Raniry Banda Aceh” diperoleh hasil bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara kecenderungan *celebrity worship* dengan citra tubuh yang berarti hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini di tolak. Pada penelitian ini menunjukkan semakin tinggi kecenderungan *celebrity worship* maka semakin tinggi citra tubuh, begitu juga sebaliknya semakin rendah kecenderungan *celebrity worship* maka semakin rendah citra tubuh yang dialami oleh mahasiswa penggemar K-pop di UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Penelitian yang dilakukan oleh Alva Rieza Aisya Astuti pada tahun (2017) dengan judul “Hubungan antara *Celebrity Worship* dengan *Body Image* Remaja Putri Fans K-pop” diperoleh hasil bahwa mayoritas subjek memiliki nilai *celebrity*

*worship* dalam kategori sedang, yang berarti bahwa subjek memiliki perilaku obsesi individu untuk terlalu terlibat di setiap kehidupan selebriti sehingga terbawa dalam kehidupan sehari-hari individu tersebut dalam kategori sedang. Sedangkan, untuk *body image* diketahui bahwa mayoritas subjek memiliki *body image* yang sedang, yang berarti bahwa subjek memiliki gambaran dan evaluasi individu tentang penampilan fisik dalam kategori sedang. Perbedaan penelitian yang akan peneliti lakukan dengan penelitian sebelumnya terdapat pada subjek, lokasi dan tahun dilakukannya penelitian

Berdasarkan uraian yang dikemukakan diatas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul ” Hubungan *Celebrity Worship* Dengan *Body Image* Pada Penggemar NCT di Grup *Whatsapp* NCTZEN Padang”

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pemaparan di atas, rumusan masalah pada penelitian ini adalah : Adakah Hubungan *Celebrity Worship* Dengan *Body Image* Pada Penggemar NCT di Grup *Whatsapp* NCTZEN Padang.

## **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui adakah Hubungan *Celebrity Worship* Dengan *Body Image* Pada Penggemar NCT di Grup *Whatsapp* NCTZEN Padang.



## **D. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Teoritis**

Diharapkan agar penelitian ini dapat memberikan manfaat berupa wawasan ilmu pengetahuan mengenai ilmu psikologi khususnya di bidang psikologi terkait *Body Image* dan *Celebrity Worship*

### **2. Manfaat Praktis**

#### a. Bagi subjek penelitian

Diharapkan agar penelitian ini memberikan manfaat positif bagi penggemar k-pop dengan menghargai diri sendiri tanpa perlu mengikuti idola. Serta memberikan gambaran yang jelas terkait *Celebrity Worship* dan *Body Image*.

#### b. Bagi pihak organisasi

Diharapkan kepada pihak organisasi nanti mendapatkan gambaran hubungan *Celebrity Worship* dan *Body Image* pada penggemar NCT.

#### c. Bagi peneliti lainnya

Bagi peneliti lainnya yang berminat untuk meneliti mengenai hubungan antara *Celebrity Worship* dan *Body Image* pada penggemar NCT, maka hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan rujukan dan bahan perbandingan dalam melakukan kajian dan penelitian selanjutnya