

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Korean pop atau K-pop merupakan genre musik yang asalnya dari negara Korea Selatan dan perkembangannya menjadi suatu fenomena di media sosial terutama di negara Indonesia (Handoko et al., 2024). Menurut Shim (dalam Dwikanti & Wahyudi, 2024) fenomena *korean pop* atau biasa disebut dengan K-pop ini pertama kali menyebar di negara China, Taiwan, dan Hong Kong. Setelah menyebar pada negara-negara di sekitar Korea Selatan, akhirnya pada tahun 2000-an K-pop mulai memasuki pasar Asia Tenggara, salah satunya adalah Indonesia.

Berlandaskan data yang dihimpun dari Luminate Data, membuktikan jika sebagian besar anak muda di Indonesia sedang terkena demam K-pop, hal ini dibuktikan melalui jumlah streaming “Top 100 Grup K-pop” terbanyak di tahun 2023 yang menetapkan Indonesia di peringkat 3 dengan jumlah angka streaming mencapai 7,4 miliar, bahkan angka tersebut hanya berbeda tipis dengan negara asalnya. Dalam hal ini peranan media sosial sangat berpengaruh dalam penyebaran K-pop di dunia. Penggunaan aplikasi YouTube, Instagram, TikTok, dan X dapat membuat popularitas K-pop semakin meningkat, aplikasi tersebut digunakan untuk mengikuti perkembangan idola, berbagi konten, serta berinteraksi dengan sesama penggemar (Prasastisiwi, 2024).

Menurut Gustam (2015), dalam perkembangan teknologi bidang komunikasi, media sosial memiliki pengaruh yang cukup besar, dengan jumlah pengguna yang paling banyak menggunakannya adalah dengan

rentang usia perkembangan remaja ataupun dewasa. Di Indonesia sudah terjadi beberapa pengaruh budaya dari luar, salah satunya adalah budaya yang paling populer yaitu K-pop.

Banyak penggemar K-pop di media sosial saat ini yang melakukan kegiatan terkait dengan idolanya secara berlebihan. Berlebihan dalam menggali informasi, berlebihan mencintai sampai merasa termasuk dalam kehidupan idolanya, bahkan rela menghabiskan waktu memuja dan memantau idolanya untuk mendukung dan merasa dekat hanya dengan melihat dari media sosial (Hariadi dan Rahmawati, 2022).

Salah satu bentuk obsesi penyuka K-pop di media sosial akhir-akhir ini yang banyak terjadi ialah terjadinya *fanwar*. Menurut Lastriani (2018), *fanwar* berasal dari kata *fans* (penggemar) dan *war* (perang) sehingga *fanwar* berarti perang antar penggemar. Istilah tersebut muncul di kalangan penggemar K-pop pada tahun 2010. *Fanwar* dapat terjadi karena adanya penggemar yang saling beradu argumentasi yang berujung perselisihan, dikarenakan penggemar lain mengusik idolanya (Yulianti, 2022). Dalam penelitian Salsabila (2024), ditemukan dampak psikologis yang mengarah pada dampak negatif dari terjadinya fenomena *fanwar* di kalangan penggemar K-pop, yaitu terdapat perasaan menyesal setelah mengikuti *fanwar* yang berpengaruh pada *mood* dan perasaan, menimbulkan perasaan yang tidak enak seperti perasaan merasa berlebihan dalam berkomentar di media sosial.

Fenomena lain yang terjadi di media sosial khususnya pada penggemar adalah bermain peran sebagai idol K-pop atau dapat disebut dengan istilah *Role-play*. Kegiatan bermain peran dilakukan seolah-olah

sedang menjadi idol K-Pop, bahkan tak jarang para penggemar yang bermain *Role-play* tersebut rela untuk meniru postingan, *username*, serta identitas demi menyerupai idol yang mereka perankan. *Role-play* dianggap sebagai media untuk menyalurkan kecintaan penggemar untuk idolanya (Fatmawati dan Ali, 2017). Menurut Booth (dalam Lainsyampatty, 2021) *Role-play* dalam konteks penggemar K-pop, mengacu pada penggemar yang memerankan karakter lain dengan bertindak seolah-olah memiliki karakteristik yang ada dalam diri idolanya.

Fenomena tersebut memiliki dampak psikologis yang dapat merugikan individu yang mengalaminya. Berdasarkan penelitian Purwaningtyas dan Oktara (2023) menemukan bahwa aktivitas *Role-play* idola K-pop dapat memunculkan krisis identitas. Ketika para penggemar memerankan idola dengan kepribadian yang bertolak belakang dengan dirinya, mereka cenderung merasa bersalah dan tidak aman. Mereka merasa seolah-olah diri mereka yang sebenarnya salah dan mereka harus bertindak seperti idolanya, padahal pada kenyataannya kepribadian mereka jauh berbeda dari idola tersebut.

Berdasarkan beberapa penjelasan terkait dengan fenomena yang sedang marak terjadi di kalangan penggemar K-pop menunjukkan bahwa adanya obsesi penggemar K-pop pada idolanya dan hal tersebut menggambarkan bentuk pemujaan pada idola atau selebriti. Menurut Maltby et al., (2006) *celebrity worship* ialah sebuah keadaan ketika individu menunjukkan obsesinya terhadap satu atau lebih artis. Pendapat lain berasal dari Maltby et al., (2004) yang menjelaskan bahwa sebuah perasaan suka yang ditunjukkan kepada selebriti dengan tidak wajar dan

memiliki kecenderungan untuk melakukan hal ekstrem (berkemungkinan delusi) atas dasar kepuasan pribadi disebut sebagai *celebrity worship*.

Celebrity worship penting untuk dikaji lebih dalam guna menemukan berbagai efek buruk yang mungkin muncul dan dapat merugikan diri sendiri maupun orang sekitar. Berdasarkan survei yang dilakukan Cheung dan Yue (dalam Ilon, 2022) menunjukkan bahwa *celebrity worship* dapat menyebabkan rendahnya keterampilan kinerja dan belajar individu, *self esteem* menjadi rendah, dan individu akan mengalami kesulitan dalam membentuk identitas dirinya, serta dapat membuat individu menjadi kurang efektif.

Fenomena *celebrity worship* paling banyak terjadi pada usia dewasa muda dibandingkan dengan orang tua (Maltby et al., 2004). Menurut Mc.Cutcheon (dalam Barrang et al., 2023), *celebrity worship* akan menurun ketika seorang individu memasuki fase perkembangan di usia dewasa. Peralihan dari masa remaja ke masa dewasa merupakan peralihan dari masa ketergantungan ke masa mandiri, baik dalam kebebasan menentukan jati diri maupun pemikiran yang lebih realistis. Dalam kehidupan penting untuk menyelesaikan tugas perkembangan, supaya manusia dapat menjalani hidup dengan bahagia (Putri, 2019).

Menurut Arnett (dalam Santrock, 2012) masa ini merupakan fase perkembangan *emerging adulthood*. Dalam pemenuhan tugas pada masa perkembangan tersebut, seharusnya individu dapat lebih realistis dalam menjalani kehidupannya, tetapi pada kenyataannya masih banyak orang dewasa yang mengalami *celebrity worship* (Barrang et al., 2023).

Brooks (2021) mengungkapkan bahwa, beberapa faktor-faktor yang terdapat kemungkinan berpengaruh pada *celebrity worship* yaitu faktor demografi, faktor kepribadian, faktor religiusitas, faktor perilaku dan kognitif-perilaku, perasaan tentang diri sendiri dan dunia, faktor kognitif, hubungan dengan orang lain, kemudian sikap terhadap tubuh, makan, dan operasi kosmetik, serta kesejahteraan psikologis. Selain itu, pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Maltby et al., (2006) didapatkan hasil bahwa *celebrity worship* secara signifikan memiliki korelasi dengan ciri-ciri kepribadian klinis seperti kecenderungan fantasi dan disosiasi.

Berdasarkan pernyataan di atas, dapat diketahui bahwa kepribadian merupakan salah satu faktor dari *celebrity worship*. Dalam penelitian ini penulis menggunakan model *big five personality*. Alasan penulis menggunakan *Big Five Personality* sebagai variabel bebas dari penelitian ini dikarenakan *Big Five Personality* merupakan salah satu model faktor kepribadian yang paling terkenal dan paling luas digunakan dalam penelitian psikologi (Rini & Permadi, 2024). *Big Five Personality* adalah suatu model kepribadian yang selalu konsisten dalam menilai kepribadian individu melalui analisis faktor kata sifat (Simanullang, 2021). Menurut Costa dan McCrae *big five personality* terdiri dari lima struktur kepribadian yaitu *extraversion*, *agreeableness*, *conscientiousness*, *neuroticism*, dan *openness to experiences* (Feist, Feist & Roberts, 2017).

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang telah meneliti tentang keterkaitan diantara *big five personality* terhadap *celebrity worship* hubungan antara *big five personality* dengan *celebrity worship*. Hasil penelitian terdahulu dari Pakasi et al., (2024), menunjukkan hasil jika setiap

model kepribadian dalam *big five personality* terdapat keterkaitan dengan *celebrity worship*. Hasil tersebut membuktikan jika *big five personality* dan *celebrity worship* memiliki arah keterkaitan yang positif. Hal ini dapat diartikan bahwa jika skor *big five personality* tinggi maka kecenderungan *celebrity worship* pada individu akan meningkat.

Hasil kajian Efathania dan Aisyah (2019), mendapatkan hasil jika ditemukan hubungan positif yang signifikan antara kepribadian *neuroticism* dan *agreeableness* dengan *celebrity worship*. Pernyataan tersebut membuktikan jika suatu individu memiliki nilai tinggi terhadap tipe kepribadian *neuroticism* dan *agreeableness*, maka tingkat *celebrity worship* individu tersebut turut menunjukkan peningkatan.

Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Dwikanti dan Wahyudi (2024), memperoleh hasil bahwa ada hubungan dengan arah positif pada tipe kepribadian *neuroticism* terhadap *celebrity worship*. Kemudian, tipe kepribadian *neuroticism* hubungannya sangat kuat dengan setiap dimensi pada *celebrity worship*. Berarti jika tipe kepribadian *neuroticism* tinggi, maka tingkat *celebrity worship* seseorang akan meningkat, begitu pun sebaliknya.

Terdapat perbedaan penelitian yang dilakukan di India dengan subjek berasal dari berbagai macam negara, penelitian tersebut dilakukan oleh McCutcheon et al., (2016), hasil yang didapat adalah hanya ditemukan satu hubungan negatif yang signifikan pada *big five personality* kategori *Conscientiousness* dengan *celebrity worship* kategori *Borderline-Pathological*. Berarti skor tinggi pada kepribadian *Conscientiousness*

seseorang, maka akan berpengaruh semakin rendah pada *celebrity worship* di kategori *Borderline-Pathological*, begitu pun sebaliknya.

Berdasarkan bukti penelitian-penelitian sebelumnya, kesimpulannya adalah masih terdapat perbedaan hasil pada penelitian terdahulu terhadap hubungan antara *big five personality* dengan *celebrity worship*. Dari perbedaan berbagai penelitian terdahulu, maka perlu dilakukannya penelitian kembali mengenai hubungan tipe kepribadian dalam teori *big five personality* dengan *celebrity worship*.

Penelitian ini memberikan kebaharuan dalam mengkaji hubungan antara dimensi kepribadian *big five* dengan *celebrity worship* pada penggemar K-pop, yaitu ditemukan kebaharuan terhadap subjek penelitian serta lokasi penelitian. Subjek penelitian ini ialah *emerging adulthood* yang disertai rentang usia 18-25 tahun dan lokasi penelitian berada di Kota Malang, yang mana pada penelitian sebelumnya dilakukan pada dewasa awal dan lokasi penelitian yang dilakukan di kota yang berbeda.

Pemilihan lokasi penelitian di Kota Malang didasarkan pada survei yang dilakukan penulis pada komunitas penggemar K-pop di Kota Malang yang memiliki jumlah pengikut paling banyak di aplikasi *Instagram*. Sesuai data pada tahun 2025 di bulan Januari, komunitas ARMY Malang memiliki jumlah pengikut 5.571 pengikut, NCTZEN Malang sebanyak 3.864 pengikut, EXOL Malang sebanyak 2.682 pengikut, CARAT Malang sebanyak 2.848 pengikut, dan STAY Malang sebanyak 1.399 pengikut. Kelima komunitas tersebut adalah komunitas penggemar K-pop paling banyak di Kota Malang yang masih aktif untuk melakukan kegiatan *dance cover* atau menonton bersama dengan sesama penggemar.

Dikuatkan lagi dengan temuan milik Trisnayanti et al., (2022) yang menjabarkan jika masyarakat Kota Malang terdapat ketertarikan yang besar pada budaya Korea Selatan, dikarenakan terdapat banyak komunitas penggemar K-pop, grup *dance cover* Korea, kafe dan toko yang menjual makanan serta pernik-pernik khas K-pop.

Berdasarkan dari penjelasan latar belakang pada penelitian ini, maka penulis memutuskan untuk meneliti suatu fenomena dan akan diteliti dengan judul “Hubungan antara *Big Five Personality* dengan *Celebrity Worship* pada *Emerging Adulthood* Penggemar K-pop di Kota Malang”.

B. Rumusan Masalah

Berlandaskan atas latar belakang yang telah diuraikan di atas, peneliti merumuskan permasalahan pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Apakah terdapat hubungan antara *big five personality* dengan *celebrity worship* pada *emerging adulthood* penggemar K-pop di Kota Malang?
2. Apakah terdapat hubungan antara tipe kepribadian *extraversion* dengan *celebrity worship* pada *emerging adulthood* penggemar K-pop di Kota Malang?
3. Apakah terdapat hubungan antara tipe kepribadian *agreeableness* dengan *celebrity worship* pada *emerging adulthood* penggemar K-pop di Kota Malang?

4. Apakah terdapat hubungan antara tipe kepribadian *conscientiousness* dengan *celebrity worship* pada *emerging adulthood* penggemar K-pop di Kota Malang?
5. Apakah terdapat hubungan antara tipe kepribadian *neuroticism* dengan *celebrity worship* pada *emerging adulthood* penggemar K-pop di Kota Malang?
6. Apakah terdapat hubungan antara tipe kepribadian *openness to experience* dengan *celebrity worship* pada *emerging adulthood* penggemar K-pop di Kota Malang?

C. Tujuan Penelitian

Berlandaskan atas rumusan masalah yang akan dikaji, maka tujuan yang akan diwujudkan pada penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Mengetahui hubungan antara *big five personality* dengan *celebrity worship* pada *emerging adulthood* penggemar K-pop di Kota Malang.
2. Mengetahui hubungan antara tipe kepribadian *extraversion* dengan *celebrity worship* pada *emerging adulthood* penggemar K-pop di Kota Malang.
3. Mengetahui hubungan antara tipe kepribadian *agreeableness* dengan *celebrity worship* pada *emerging adulthood* penggemar K-pop di Kota Malang.
4. Mengetahui hubungan antara tipe kepribadian *conscientiousness* dengan *celebrity worship* pada *emerging adulthood* penggemar K-pop di Kota Malang.

5. Mengetahui hubungan antara tipe kepribadian *neuroticism* dengan *celebrity worship* pada *emerging adulthood* penggemar K-pop di Kota Malang.
6. Mengetahui hubungan antara tipe kepribadian *openness to experience* dengan *celebrity worship* pada *emerging adulthood* penggemar K-pop di Kota Malang.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
 - a) Untuk memahami bagaimana *big five personality* mempengaruhi *celebrity worship* pada *emerging adulthood* penggemar K-pop di Kota Malang.
 - b) Untuk memahami *celebrity worship* yang dialami oleh *emerging adulthood* penggemar K-pop di Kota Malang.
2. Manfaat Praktis
 - a) Bagi peneliti lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan kajian bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut mengenai hal-hal yang berkaitan dengan hubungan antara *big five personality* dengan *celebrity worship* pada *emerging adulthood* penggemar K-pop.

b) Bagi subjek penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan berguna untuk memecahkan masalah atau sebagai alternatif solusi suatu permasalahan bagi subjek penelitian mengenai *celebrity worship* yang dikaitkan dengan *big five personality*.