

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Saat ini, salah satu budaya populer yang diminati di Indonesia ialah *Korean Wave*. Istilah *Korean Wave* pertama kalinya diciptakan oleh seorang jurnalis yang berasal dari Beijing pada pertengahan tahun 1990-an untuk menggambarkan semakin populernya budaya pop Korea di Cina. *Korean Wave* mengacu pada fenomena hiburan Korea dan budaya populer yang mendunia melalui K-pop, drama, dan film (*Department Global Communication and Contents Division, 2017*).

K-pop atau musik populer Korea merupakan bagian dari *Korean Wave* yang sedang mendapat perhatian di dunia hiburan. K-pop adalah kepanjangan dari Korean Pop (Musik Pop Korea), yang berupa jenis musik populer yang berasal dari Korea Selatan. Aliran musik ini sebenarnya sudah lama ada, hanya saja dikenal sebatas di negeri asalnya. Perkembangan K-pop di dunia dimulai dengan popularitas K-pop di Taiwan pada pertengahan 1990-an, kemudian dilanjutkan dengan keberhasilan K-pop masuk pada pasar musik Jepang pada awal tahun 2000-an, terbukti dengan BoA menjadi penyanyi K-pop pertama yang mencapai peringkat pertama pada tangga musik Jepang “*Japanese Oricon*” pada tahun 2002. Popularitas K-pop semakin berkembang di negara lain, yaitu di Asia Tenggara, Amerika Latin, serta negara barat lainnya. Fakta menunjukkan, sejak pertengahan

tahun 2000-an pasar musik Asia banyak didominasi oleh artis K-pop seperti Rain, BoA, dan Big Bang (Park, 2013). Fenomena K-pop juga melanda di Indonesia.

Tahun 2001 merupakan awal masuk K-pop di Indonesia adalah melalui saluran televisi swasta nasional yang ada di Indonesia (Wuryanta, 2012). Dimulai pada tahun 2001 drama Korea berjudul *Endless Love* tayang di stasiun televisi swasta dan menayangkan beberapa judul drama Korea secara simultan (Lestari, 2017). Popularitas drama Korea di Indonesia turut membuat musik K-pop dari *soundtrack* drama-drama tersebut digemari masyarakat Indonesia. Sejak saat itu, mulailah musik pop Korea menyebar di Indonesia.

K-pop memiliki daya tarik bagi penggemarnya. Lagu yang *easy listening* serta ditambahkan dengan tarian yang bersemangat dan penampilan penyanyi yang mendukung membuat penggemar K-pop melirik K-pop. Hadwisia (2011) melakukan penelitian mengenai penggemar *boy band* Korea di Yogyakarta dan mendapatkan hasil bahwa penggemar *boy band* dan *girl band* Korea di Indonesia cukup besar. Banyaknya peminat K-pop di Indonesia dan kecintaan terhadap *boy band* dan *girl band* Korea ini sehingga terbentuk fandom atau *penggemar club* yang terdapat di Indonesia, seperti EXO-L untuk sebutan penggemar EXO, ELF untuk Super Junior, SONE untuk Girls Generation, dan masih banyak lagi.

Berkembangnya K-pop di Indonesia membuat penyanyi Korea menjadikan Indonesia sebagai salah satu negara untuk dikunjungi dan mengadakan konser. Seperti pada tahun 2010 Konser musik Indonesia-Korea dimana salah satu *boy band* Korea, Shinee datang ke Indonesia (Lestari, 2017). Selain itu Konser *SM Town World Tour Live in Jakarta* juga sukses dihelat pada September 2012 yang

dihadiri 30.000 lebih penonton memadati area konser (Welly, 2012). Lalu disusul dengan kedatangan Super Junior, EXO, Girls Generation dan masih banyak lagi idola yang telah melaksanakan konsernya di Indonesia. Dengan kepopuleran K-pop, maka telah terjaring ratusan, ribuan, bahkan jutaan penggemar musik pop Korea di dunia termasuk Indonesia.

Penggemar K-pop memiliki minat yang besar terhadap K-pop dan memiliki berbagai bentuk perwujudan dalam menunjukkan kecintaannya terhadap idola (Kusuma, 2014). Para penggemar biasanya ikut tergabung dalam komunitas K-pop atau mendaftar secara resmi dengan mengunjungi *website* untuk tergabung dalam sebuah *fandom* sesuai dengan idola mereka masing-masing. *Fandom* merupakan istilah paling dasar dalam kelompok penggemar dimana penggemar tergabung dalam jaringan sosial yang sama berdasarkan kesamaan minat dan kecintaan terhadap idolanya dengan tujuan untuk mendukung idolanya (Gooch, 2008). Salah satu contoh komunitas penggemar K-pop adalah *Korean Pop Lovers* (Astuti & Nandiasa, 2012).

Kebanyakan penggemar menunjukkan perilaku kecintaannya terhadap K-pop. Penggemar biasanya mencari tau informasi seputar idolanya. Terlihat dalam penelitian Irmanto dan Tjiptono (2013) dimana penggemar mencari informasi seputar penghargaan yang diraih, lagu baru, album baru, kisah percintaan, skandal serta jadwal kegiatan idolanya melalui sosial media. Hal ini juga didukung hasil survey oleh kumparan.com mengenai aktivitas penggemar di dunia maya dan mendapatkan hasil 56% penggemar K-pop menghabiskan waktu 1-5 jam mencari tahu segala informasi tentang idola mereka dan sebanyak 28% penggemar bahkan

menghabiskan waktu 6 jam lebih di dunia maya untuk melihat berbagai aktivitas sang idola. Selain itu penggemar juga mengkoleksi *merchandise* yang berkaitan dengan idolanya. Absari (2013) dalam penelitiannya menemukan mayoritas penggemar K-pop menyediakan *budget* khusus untuk membeli *merchandise* berupa baju, tas, *lightstick* yang digunakan saat menonton konser, jaket, gantungan kunci, foto, poster, album dan kipas.

Penggemar biasanya juga ikut tergabung ke dalam komunitas atau *fandom* idolanya. Puspitasari dan Hermawan (2013) dalam penelitiannya ditemukan bahwa penggemar K-pop rata-rata tergabung dalam komunitas. Kegiatan yang biasa dilakukan dalam komunitas tersebut adalah *gathering* atau berkumpul bersama anggota komunitas, melakukan *dance cover* serta bertukar informasi dan koleksi berkaitan dengan idolanya (Rachman, 2013). Selanjutnya penggemar biasanya menghadiri acara berkaitan dengan idolanya. Absari (2013) dalam penelitiannya menemukan bahwa penggemar K-pop mengumpulkan uang untuk menghadiri konser atau *fanmeeting* idolanya sebagai bentuk kecintannya terhadap idolanya. Selain itu terdapat penggemar yang membuat karya berupa cerita fiksi dengan istilah *fan fiction* atau karya berupa gambar dengan istilah *fan art* yang terinspirasi dari idolanya (Irmanto & Tjiptono, 2013).

Penggemar K-pop banyak terlihat dikalangan remaja dikarenakan K-pop sudah menjadi hal yang populer dikalangan tersebut. Hal ini juga didukung oleh survei yang dilakukan oleh Nurani (2017) dalam *website* kumparan.com kepada 100 orang penggemar K-pop menunjukkan hasil 57% penggemar K-Pop berada di usia 12-20 tahun, 42% penggemar berusia 21-30 tahun, dan 1% berusia di atas 30

tahun. Dari hasil survei tersebut dapat dilihat bahwa penggemar K-pop banyak terjadi di usia remaja. Remaja merupakan masa transisi atau peralihan dari masa kanak-kanak menuju dewasa yang ditandai dengan adanya perubahan aspek fisik, psikis, dan psikososial (Santrock, 2003). Untuk menjadi dewasa, menurut Erikson remaja akan melalui masa krisis. Masa krisis ini terjadi ketika remaja berusaha mencari identitas diri untuk menemukan jawaban terhadap pertanyaan “siapakah saya” dan “kemanakah saya akan pergi?”(Dariyo, 2004).

Pencarian identitas diri mencakup hal memutuskan apa yang penting dan patut dikerjakan serta memformulasikan standar tindakan dalam mengevaluasi perilaku diri dan perilaku orang lain. Hal ini mencakup juga perasaan harga diri dan kompetensi diri (Atkinson, 1996). Menurut Gunarso (2006) menemukan model dan identitas diri merupakan tugas perkembangan remaja. Erikson memandang pengalaman hidup remaja berada dalam keadaan *moratorium*, yaitu suatu periode saat remaja diharapkan mampu mempersiapkan dirinya untuk masa depan dan menjawab pertanyaan “siapa saya”. Kegagalan remaja untuk mengisi atau menuntaskan tugas ini akan berdampak tidak baik bagi perkembangan dirinya. Kegagalan dalam mengembangkan rasa identitas akan menyebabkan remaja kehilangan arah sehingga memungkinkan mereka untuk mengembangkan perilaku menyimpang, melakukan kriminalitas atau menutup diri dari masyarakat (Yusuf, 2015).

Ketika remaja mengeksplorasi dan mencari identitasnya, remaja seringkali mencoba berbagai peran yang berbeda (Santrock, 2003). Tugas perkembangan remaja yang harus dipenuhi menurut Erikson adalah *identity vs identity confusion*

(Friedman & Schustack, 2006), dimana remaja banyak mencari tahu dan ingin mencoba berbagai hal dengan bereksperimen peran dimana remaja dapat bereksplorasi dengan ideologi dan minat berbeda. Menurut Erikson, remaja yang berhasil mencapai suatu identitas diri yang stabil menunjukkan ciri-ciri seperti mengetahui siapa dirinya, memahami perbedaan dan persamaan dengan orang lain, menyadari kelebihan dan kekurangan dirinya, penuh percaya diri, tanggap terhadap berbagai situasi, mampu mengambil keputusan penting, mampu mengantisipasi tantangan masa depan, dan mengenal perannya dalam masyarakat. Erikson menambahkan remaja yang memiliki identitas yang positif akan mampu membuat karir, nilai-nilai, dan hal lain yang dapat diterima secara sosial dan hal tersebut akan dapat diekspresikan melalui diri remaja tersebut. Sedangkan remaja yang tidak berhasil menyelesaikan krisis identitasnya akan mengalami *identity confusion* dimana remaja akan menarik diri dari lingkungannya atau meleburkan diri dengan teman sebayanya dan kehilangan identitas dirinya (Santrock, 2003).

Pencarian identitas diri tidak hanya berlangsung pada masa awal-awal remaja, melainkan juga masih berlanjut pada masa akhir remaja. Erikson meyakini bahwa di masa remaja akhir, peran dalam dunia kerja merupakan titik pusat dari perkembangan identitas. Hal yang penting tentang perkembangan identitas di masa remaja, khususnya di masa remaja akhir adalah untuk pertama kalinya perkembangan fisik, perkembangan kognisi, dan perkembangan sosial meningkat pada suatu titik di mana seorang individu dapat memilih dan melakukan sintesa identitas-identitas dan identifikasi di masa kecilnya untuk mencapai suatu jalan menuju kedewasaan (Santrock, 2003). Sedangkan pada

remaja penggemar K-Pop, hal ini dapat mempengaruhi identitas dirinya. Penelitian Kurniati, Indiati dan Yuhanita (2013) menemukan bahwa remaja yang terjangkit virus Korea akan mengimitasi budaya Korea melalui lagu, film, drama dan sebagainya yang terlihat dari bagaimana remaja berpenampilan.

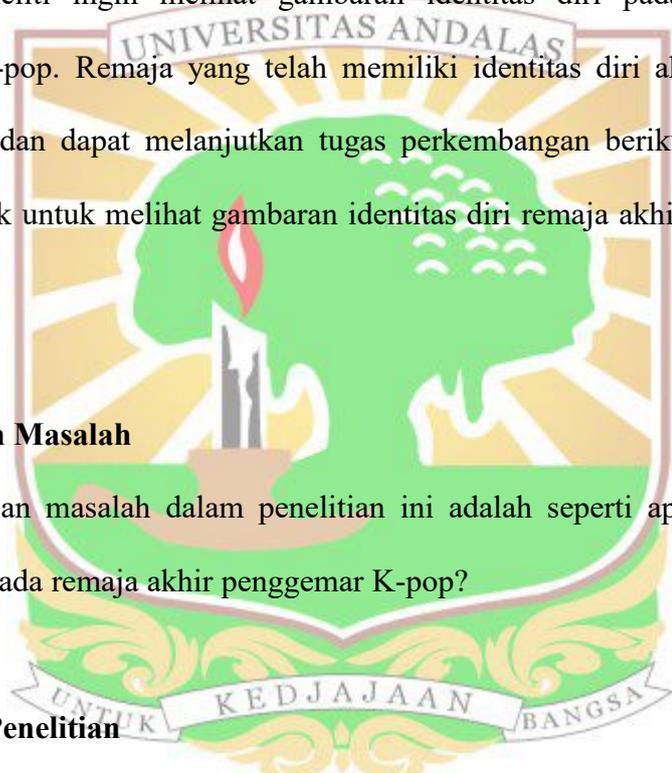
Pencarian identitas diri merupakan tugas perkembangan yang harus dilalui oleh remaja akhir. Namun saat ini banyak remaja akhir yang menyukai K-pop dan membuat peneliti ingin melihat gambaran identitas diri pada remaja akhir penggemar K-pop. Remaja yang telah memiliki identitas diri akan mengetahui siapa dirinya dan dapat melanjutkan tugas perkembangan berikutnya, sehingga peneliti tertarik untuk melihat gambaran identitas diri remaja akhir penggemar K-Pop.

1.2. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah seperti apakah gambaran identitas diri pada remaja akhir penggemar K-pop?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan gambaran identitas diri pada remaja akhir penggemar K-pop dan dimensi mana yang berpengaruh pada pembentukan identitas diri.



1.4. Manfaat Penelitian

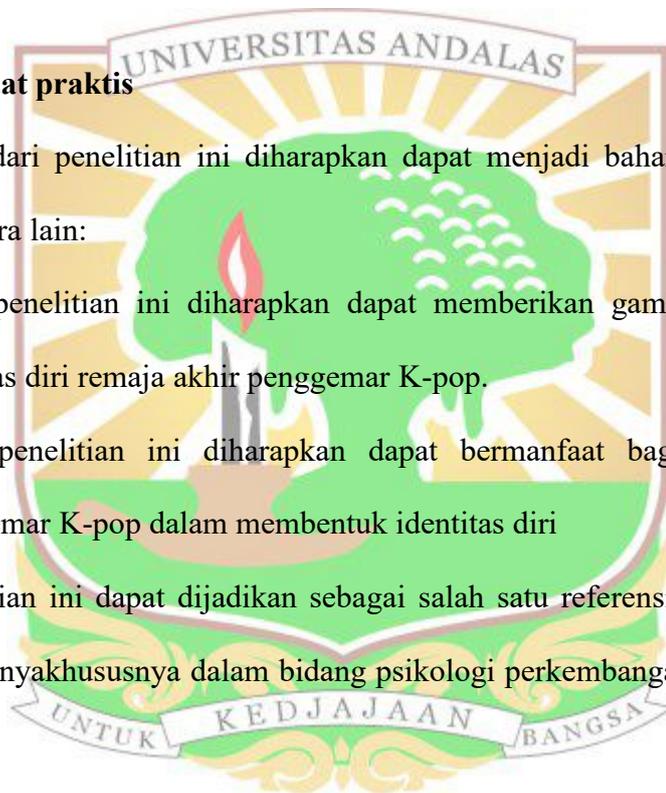
1.4.1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan ilmiah dan menjadi literatur pada pengembangan ilmu psikologi sesuai dengan masalah yang diteliti khususnya dalam bidang psikologi sosial dan psikologi perkembangan.

1.4.2. Manfaat praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan informasi dan masukan, antara lain:

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai identitas diri remaja akhir penggemar K-pop.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi remaja akhir penggemar K-pop dalam membentuk identitas diri
- c. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu referensi bagi penelitian berikutnya khususnya dalam bidang psikologi perkembangan dan psikologi sosial.



1.5. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah:

Bab I : Pendahuluan

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

Bab II : Landasan Teori

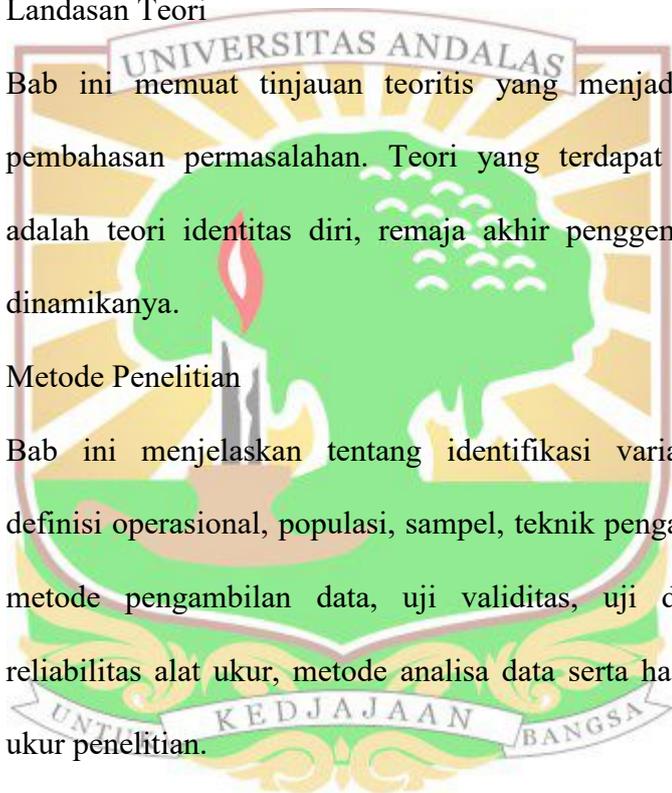
Bab ini memuat tinjauan teoritis yang menjadi acuan dalam pembahasan permasalahan. Teori yang terdapat dalam bab ini adalah teori identitas diri, remaja akhir penggemar K-pop, dan dinamikanya.

Bab III : Metode Penelitian

Bab ini menjelaskan tentang identifikasi variabel penelitian, definisi operasional, populasi, sampel, teknik pengambilan sampel, metode pengambilan data, uji validitas, uji daya beda dan reliabilitas alat ukur, metode analisa data serta hasil uji coba alat ukur penelitian.

Bab IV : Hasil dan Pembahasan

Bab ini berisikan hasil penelitian yang meliputi deskripsi analisis dan interpretasi data yang berisikan mengenai gambaran penelitian, hasil utama penelitian dan hasil tambahan penelitian.



Bab V : Penutup

Bab ini berisikan uraian mengenai pokok-pokok kesimpulan dan saran-saran yang perlu disampaikan kepada pihak-pihak yang berkepentingan dengan hasil penelitian.

