

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Permasalahan

Saat ini peran internet semakin penting dalam kehidupan sosial, ekonomi, dan politik di Indonesia dan perkembangan penggunaan internet yang meningkat. Data yang dilansir dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pada tahun 2019-2020 telah tercatat sekitar 196,71 juta jiwa pengguna internet dari total populasi 266,91 juta jiwa penduduk di Indonesia (Irawan, 2020). Selanjutnya, Imanningrat (2017), mengungkapkan bahwa salah satu media yang berada di internet adalah media musik. Musik sudah menjadi bagian gaya hidup modern. Bukan saja di negara-negara maju, tetapi juga terdapat di negara-negara berkembang, salah satunya di Indonesia. Musik bahkan berfungsi sebagai “bahasa dunia” yang menyatukan orang di berbagai tempat berbeda, khususnya pada kaum remaja dan juga kaum dewasa awal (Rengganis, 2016).

Desiyani (2016), mengungkapkan bahwa musik memiliki beberapa *genre* yang dikelompokkan berdasarkan nada, irama, teknik musik, konteks, tempo, tema, dan skala geografis. Beberapa *genre* musik yang *popular* di dunia yaitu, *pop*, *rock*, *R&B*, *hip-hop & rap*, *jazz*, dan *soul*. Salah satu musik *pop* yang tengah mempengaruhi dunia saat ini adalah musik *K-pop*. Sekitar awal tahun 2011, *K-pop* mulai masuk kesejumlah Negara Asia bahkan Eropa, tanpa terkecuali Indonesia (Desiyani, 2016).

Ubon & Shin (2007), mendefinisikan *K-pop* atau *Korean Pop* sebagai suatu bentuk spesifik dari musik dengan istilah yang tidak merujuk pada keseluruhan musik populer asli Korea, melainkan dihubungkan dengan gagasan “*idol music*” sebuah sub-*genre* yang mewakili orientasi bintang industri hiburan kaum muda yang berkaitan erat dengan industri televisi. Gaya musik yang enerjik dan semangat membuat *K-pop* terdengar unik sehingga disukai oleh banyak kalangan (Kocis, 2011). Selain itu, Nastiti (2010), mengungkapkan bahwa budaya Korea berkembang begitu pesatnya hingga meluas dan diterima publik dunia, sampai menghasilkan sebuah fenomena demam budaya Korea ditingkat global, yang diistilahkan dengan *Hallyu/Korean Wave*.

Nastiti (2010), *Hallyu/Korean Wave* adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan produk kebudayaan populer (*pop culture*) Korea Selatan yang meliputi berbagai aspek kehidupan dan berhasil diekspor ke berbagai negara di dunia. Salah satu bagian dari *Hallyu/Korean Wave* yang saat ini digemari adalah *K-Pop*. *K-Pop* (*Korean pop* atau *Korean popular music*) adalah sebuah genre musik terdiri dari *pop*, *dance*, *electropop*, *hip hop*, *rock*, *R&B* dan *electronic music* yang dinyanyikan baik secara solo atau grup (Soraya, 2013). Lanjutnya, banyak lagu *K-Pop* telah berhasil memasuki tangga lagu musik di Amerika yaitu *Billboard*, yang selama ini menjadi tolak ukur kualitas industri musik dunia. (Soraya, 2013).

Kepopuleran *K-Pop* membuat banyak orang bergabung dalam komunitas penggemar *K-Pop* agar bisa mendapatkan info idola dengan cepat. Kelompok Penggemar (*Fandom*) merupakan sebutan lain dari sekelompok penggemar. *Fandom* adalah istilah yang digunakan untuk menunjuk pada subkultur, berbagai hal dan

berbagai kegiatan yang berkenaan dengan penggemar dan kegiatannya (Hollows, 2000). Dalam penelitian Sari & Asriwanda (2019) mengungkapkan bahwa penggemar *Kpop* juga menyukai produk Korea seperti makanan Korea, film, musik, dan fashion, dari rasa ketertarikan itu pula mereka mempelajari bahasa Korea dan tulisannya (hangul). Penggemar *Kpop* juga membeli barang-barang yang berhubungan dengan idolnya dan para remaja ini ada juga yang mengikuti konser idol *k-pop* (Hollows, 2000)

Ditambah lagi, penggemar *K-pop* melakukan sebuah aktivitas yang disebut dengan *fansgirling* yakni sebutan yang digunakan untuk mendeskripsikan kegembiraan berlebih atau bahkan ekstrim terhadap kelompok idola tertentu. *Fansgirling* berasal dari kata *fanssgirl* dan *Fans* lelaki disebut dengan sebutan *fansboy*. *Fansgirl* dan *fansboy* sering dibedakan karena praktik tertentu yang dilakukan di dalam *fandom* (Jenkins, 2007). Kegiatan *fansgirling* / *fansboying* dalam penggemar *K-pop* adalah melihat gambar dari idolanya. Penggemar lebih tertarik melihat gambar terlebih dahulu yang disuguhkan dari media sosial (Jenkins, 2007)

Survei yang dilakukan oleh Kumaran pada tahun 2017 didapatkan dari 100 orang fans *K-pop*. Hasilnya, sekitar 57 persen penggemar berusia 12-20 tahun. Sementara 42 persen penggemar berusia 21-30 tahun, dengan satu persen di antaranya berusia di atas 30 tahun (Kumaran, 2017). Selain itu, menurut Boon dan Lomore (2001), 75% individu pada usia dewasa awal memiliki ketertarikan yang kuat terhadap *celebrity* dalam kehidupan individu tersebut, dengan sebagian besar ketertarikan terhadap idola pop, bintang film, dan figur lainnya.

Dariyo (2003) mengatakan bahwa secara umum yang tergolong dewasa awal (*young adulthood*) ialah individu yang berusia 20-40 tahun. Berdasarkan data diatas pengguna internet terbanyak di Indonesia adalah dewasa awal. Selanjutnya, Santrock (2002) mengatakan masa dewasa awal adalah masa untuk bekerja dan menjalin hubungan dengan lawan jenis, terkadang menyisakan sedikit waktu untuk aktivitas lainnya.

Hurlock (2009) membagi tugas perkembangan dewasa awal, antara lain yaitu; mendapatkan suatu pekerjaan, memilih seorang teman hidup, belajar hidup bersama dengan suami istri membentuk suatu keluarga, membesarkan anak-anak, mengelola sebuah rumah tangga, menerima tanggung jawab sebagai warga negara, dan bergabung dalam suatu kelompok sosial. Berbeda dengan pendapat Hurlock mengenai tugas perkembangan pada dewasa awal, masalah-masalah yang saat ini terjadi pada individu dewasa penggemar *kpop* menurut survey pada penelitian Fajariyani (2018) dari 100 responden penggemar *K-pop* 56% penggemar rela menghabiskan waktunya 1-5 jam untuk mencari tahu kegiatan artis idolanya, dan 28% menghabiskan waktu lebih dari 6 jam untuk mencari tahu kegiatan artis idolanya tersebut.

Selanjutnya, Sheridan (2007) menjelaskan tentang dampak negatif yang dilakukan dewasa awal penggemar *kpop* yaitu akan menimbulkan kinerja belajar individu menjadi rendah, harga diri individu menjadi rendah, dan memiliki kesulitan dalam menentukan jati diri. Dewasa awal penggemar *kpop* akan rela menghabiskan uangnya untuk membeli tiket konser sang idola, membeli album, *photobook* atau hal-

hal yang berhubungan dengan artis idolanya dengan harga yang cenderung tidak murah (Fajariyani, 2018).

Seorang dewasa awal seharusnya mampu melaksanakan tugas sesuai perkembangannya dan memiliki perkembangan moral yang baik. Dalam masa dewasa awal, pengalaman merupakan cara individu untuk mengevaluasi kembali kriteria terkait benar dan salah (Papalia, Old & Feldman, 2008). Masa dewasa awal juga bisa disebut dengan masa yang belum memiliki kestabilan (Arnett, 2006). Masa dewasa awal masih senang membentuk kelompok seperti komunitas tertentu yang dibentuk berdasarkan kesamaan hobi seperti komunitas anak motor, komunitas graffiti, bahkan komunitas penggemar *Korea pop* dan lain sebagainya sehingga individu merasa senasib (Rahmayanti, 2017).

Dalam penelitian Putri, Budiaman & Saipiatuddin (2021), menjelaskan bahwa untuk bergabung dalam komunitas penggemar *kpop*, seseorang berusaha untuk menyesuaikan dirinya dengan anggota kelompok lainnya. Penyesuaian yang dilakukan oleh para *K-Poper* bisa disebut dengan perilaku konformitas. Dalam membentuk tingkah lakunya seorang remaja akan berusaha untuk menghindari rasa penolakan terhadap kelompok tersebut sehingga akan membuat seorang remaja untuk semakin fokus menjadi bagian dari kelompok tersebut (Putri, Budiaman & Saipiatuddin, 2021).

Konformitas diartikan sebagai perubahan perilaku individu untuk mengikuti perilaku orang lain agar diterima disuatu kelompok tertentu (Myers, 2010). Konformitas adalah merubah tindakan atau perilaku yang disebabkan oleh tekanan dari

sesuatu atau kelompok tertentu (Song, 2012). Selanjutnya, Tolley (2013) memaparkan konsep konformitas adalah suatu bagian terbesar dalam hidup remaja mencoba mencari teman, dan terus berlanjut sampai dewasa. Tolley (2013) menambahkan yang menjadi faktor penyebab terjadinya konformitas adalah unsur-unsur campuran yang berbeda. Diantaranya keingintahuan, persepsi, komunitas disekitar, dan lain-lain.

Tainaka dkk (2014) menyimpulkan bahwa konformitas dipengaruhi oleh *self-esteem* yang rendah. Individu dengan harga diri rendah akan lebih sering menyesuaikan diri dengan orang lain daripada individu yang memiliki harga diri tinggi didukung secara eksperimental. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ciri-ciri kepribadian merupakan faktor penting dalam konformitas. Sedangkan, faktor pendorong seseorang dalam melakukan konformitas menurut Williams (2006) antara lain; 1) ukuran kelompok dan tekanan sosial; 2) *group unanimity* (adanya kebulatan suara dalam kelompok); 3) *cohesiveness* (kekompakan kelompok); 4) status; 5) *public response*; dan 6) faktor norma dan informasi.

Peneliti melakukan wawancara pada hari Senin, 27 Agustus 2021 pada 7 (tujuh) orang dewasa awal penggemar *k-pop* pada rentang usia 18-25 tahun terkait dengan konformitas. Hasil wawancara tersebut yaitu penggemar *k-pop* dewasa awal senang akan hidup berkelompok, dan senang dalam mentaati aturan yang telah dibuat berdasarkan kelompoknya. Dalam hidup dengan konformitas, penggemar *k-pop* dewasa awal dapat mengetahui segala informasi mengenai idolanya masing-masing. Terdapat juga beberapa kelompok yang telah mengatur jalannya kelompok seperti

terdapatnya pengurus sosial media terkait idolanya, kelompok serta aturan dibuat untuk menjalin kekerabatan antar individu dari kota manapun.

Berdasarkan deskripsi hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa beberapa kelompok pada penggemar *k-pop* dapat mentaati aturan yang telah dibuat oleh kelompok. Hal tersebut ditunjukkan didalam konformitas pada aspek ketaatan, individu tidak berperilaku atas pengaruh kelompok tetapi berperilaku atas persetujuan kelompok. Pada aspek kekompakan, individu dapat berpartisipasi dalam kegiatan kelompok, mengutamakan kegiatan bersama kelompok dan meniru perilaku teman kelompok.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Rengganis pada tahun 2016 yaitu identitas sosial terhadap konformitas pada penggemar *K-pop* berdasarkan hasil penelitiannya terdapat kontribusi yang signifikan antara identitas sosial terhadap konformitas penggemar *K-pop*. Dikatakan bahwa semakin tinggi identitas sosial, maka semakin rendah konformitas. Sebaliknya, jika semakin tinggi konformitas, maka akan semakin rendah identitas sosial.

Hidayati (2016), mengungkapkan bahwa konformitas yang bersifat negatif dalam pencarian identitas diri, dapat menimbulkan kegagalan sehingga menimbulkan kenakalan remaja atau perilaku yang tidak dapat diterima oleh lingkungan masyarakat. Mengingat semakin besarnya masalah yang dihadapi oleh para remaja dan dewasa awal, maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisa keterkaitan *neuroticism* dengan konformitas pada penggemar *K-pop* dewasa awal. Peneliti mengaitkan *neuroticism* dengan konformitas dikarenakan, terdapatnya dewasa awal penggemar *K-pop* yang

merasa takut akan kesendirian atau merasa cemas sendiri jika tidak berada didalam kelompok.

Dalam fenomena individu takut dan merasa cemas akan kesendirian dapat dikaitkan dengan adanya tipe kepribadian yang biasa disebut dengan *neuroticism*. Mengetahui teori kepribadian, pada dasarnya banyak teori yang telah dikembangkan. Dari sekian banyak teori yang telah banyak memberi kontribusi dalam pengembangan ilmu psikologi, terdapat teori yang mengemukakan adanya lima bentuk tipe kepribadian yang dikembangkan oleh McCrae dan Costa yang dikenal dengan *Big Five Personality* (McCullough, Tsang & Brion, 2003). Dalam teori tersebut terdapat lima bentuk kepribadian yang mendasari perilaku individu, yang meliputi kepribadian *neuroticism*, kepribadian extrovert, kepribadian agreeableness, kepribadian *conscientiousness* dan kepribadian *open to experience*.

Kepribadian *neuroticism* disebut juga dengan istilah *Negative Emotionality*. Tipe kepribadian ini merupakan hal yang bersifat kontradiktif dari hal yang menyangkut kestabilan emosi dan identik dengan segala bentuk emosi yang negatif seperti munculnya perasaan cemas, sedih, tegang dan gugup (Ghufron, 2011). Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisa keterkaitan *neuroticism* dengan konformitas pada penggemar *k-pop* dewasa awal. Mengacu pada hal-hal di atas, maka penulis tertarik untuk mengajukan suatu permasalahan yaitu: apakah ada hubungan antara kepribadian *neuroticism* dengan konformitas pada penggemar *K-pop* dewasa awal?

B. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui hubungan antara kepribadian *neuroticism* dengan konformitas pada penggemar *k-pop* dewasa awal.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat menambah pengetahuan dalam keilmuan di bidang psikologi sosial dan klinis, terutama mengenai hubungan kepribadian *neuroticism* dengan konformitas yang dialami oleh penggemar *k-pop* dewasa awal.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini secara praktis diharapkan dapat bermanfaat bagi masyarakat, peneliti selanjutnya, dan pada dewasa awal untuk mengetahui fakta mengenai hubungan kepribadian *neuroticism* dengan konformitas.