

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Masa remaja akhir merupakan salah satu masa dimana seseorang berada dalam tingkat produktivitas yang tinggi. Ada yang memulai persiapan untuk masuk ke perguruan tinggi, bekerja bahkan menikah. Usia remaja akhir merupakan mereka yang berada di antara usia 18 hingga 21 tahun (King, 2010). Pada fase ini, seseorang mengalami banyak perubahan dalam hal fisik, kognitif maupun psikologis-emosional. Fase ini juga merupakan sebuah fase usia dimana permasalahan individu sangat sulit ditangani. Karena dalam fase ini, individu yang beralih dari masa anak-anak yang mana hampir seluruh permasalahan ditangani atau diselesaikan oleh orang tua, sedangkan dalam fase yang baru ini individu mencoba untuk mengatasi permasalahannya sendiri (Hurlock, 2009).

Remaja akhir juga merupakan periode kritis dalam perkembangan identitas. Krisis identitas ini memiliki banyak faktor penyebabnya dan pada usia ini paling sering dialami ialah adanya permasalahan mengenai penyesuaian diri atau permasalahan lain di dalam hidupnya sehingga individu kehilangan arah. Untuk mengatasi atau mengalihkan kebingungan akan diri ini banyak dari mereka mencari dan melakukan hal yang digemari walaupun hal tersebut hanya menghibur dalam waktu yang sesaat (Santrock, 2011). Pada usia ini, remaja rentan untuk mengalami stres yang tinggi dikarenakan tuntutan baru dalam masa transisi dari masa remaja ke masa dewasa sehingga banyak dari mereka mencari kesenangan-kesenangan atau kebahagiaan dalam berbagai bentuk. Menurut Seligman (2005) kebahagiaan

merupakan hasil dari pemaknaan terhadap diri dan hidup, yang membuat emosi positif yaitu kenyamanan dan kesenangan yang luar biasa atau aktivitas positif yang tidak mengandung komponen emosi, yaitu absorpsi dan keterlibatan.

Aspek kebahagiaan menurut Seligman (2012) yang dikenal dengan PERMA yaitu emosi positif (*positive emotion*), keterlibatan (*engagement*), relasi positif (*relationship*), makna (*meaning*) dan pencapaian (*accomplishment*). Selain itu, Seligman juga menyatakan bahwa ada faktor yang mempengaruhi kebahagiaan yaitu uang atau kekayaan, kehidupan sosial, pernikahan, usia, kesehatan dan religiusitas. Dari faktor tersebut merupakan bentuk nyata yang dilakukan oleh masyarakat adalah dengan melakukan kegiatan yang berhubungan dengan sesuatu yang digemarinya sehingga menimbulkan rasa bahagia.

Dilansir dari *Kompas.com* kaum muda saat ini kurang bahagia. Berdasarkan studi dari NBER (*National Bureau Economic Research*) menemukan bahwa anak muda dari kalangan usia 12-25 tahun mengalami penurunan tingkat kebahagiaan. Banyak diantara kaum muda tersebut menghadapi depresi dan tekanan psikologi yang jauh lebih tinggi daripada kaum usia di atasnya. Faktor dari ketidakbahagiaan ini merupakan teknologi digital, ekonomi dan kesepian. Temuan ini juga menguatkan temuan dari *The World Happiness Report 2024* oleh Pusat Penelitian Kesejahteraan, dimana kaum muda dibawah usia 30 tahun mengalami penurunan kebahagiaan yang dramatis sejak pandemi *Covid-19*. Dari permasalahan ini pula, mendorong remaja untuk mencari sumber-sumber kebahagiaan baru yaitu salah satunya dengan *fangirling* atau pemujaan selebriti. Data dari *databooks.id*

penggemar musik KPop paling banyak adalah perempuan dengan persentase 25,9% dibandingkan dengan pria dengan persentase 24,7%.

Setelah melakukan wawancara dengan tiga subjek yang telah menggeluti di dunia KPop sejak lama mengatakan bahwa mereka sependapat mengenai bagaimana kegiatan *fangirling* dapat meningkatkan kebahagiaan mereka. Narasumber RR yang merupakan penggemar dari BTS, Treasure dan Seventeen mengatakan:

“Aku suka nontonin yang berbau KPop kalau mood ku lagi ga baik. Kalo mood ku lagi baik aku kerjain yang lain, tapi kalo ga ada kerjaan juga nonton KPop. Dengan nonton KPop ini bikin aku bahagia tanpa sadar. Aku bisa senyum, ketawa dan merasa bahagia aja gitu padahal cuma nontonin mereka.”

Kemudin, narasumber S.D (penggemar dari BTS dan Mingyu Seventeen) mengatakan bahwa:

“Dengan melakukan kegiatan fangirling ini buat aku jadi sangat bahagia. Ngelihat wajahnya aja udah bikin bahagia.”

Selanjutnya, narasumber N (penggemar D.O EXO, GFRIEND dan RM BTS) mengatakan:

“Aku seringnya dengerin lagu, nonton variety show nya, video-video lainnya juga. Aku ga sampe beli merchandisenya sih. Fangirling buat aku sangat bahagia, karena bisa dibilang mereka ini sebagai mood booster yang tadinya badmood terus ngelihat mereka tuh seneng aja jadinya. Moodku jadi naik.”

Dari ungkapan ketiga narasumber tersebut, dapat disimpulkan bahwa kegiatan *fangirling* memberikan dampak positif terhadap suasana hati dan kesejahteraan emosional mereka. Para penggemar merasakan kebahagiaan dan peningkatan mood ketika mereka menonton, mendengarkan musik, atau terlibat dalam aktivitas yang berhubungan dengan idola mereka. Kegiatan ini tidak hanya

menjadi pelarian dari masalah atau suasana hati yang buruk, tetapi juga berfungsi sebagai "*mood booster*" yang membuat mereka merasa lebih bahagia dan positif. Secara keseluruhan, *fangirling* dianggap sebagai sumber kebahagiaan dan dukungan emosional bagi para penggemar.

Kebahagiaan tidak dapat diukur dengan satu atau dua hal dalam kehidupan, bahagia atau tidaknya individu merupakan bagaimana individu itu sendiri dapat menyadari apa yang ia miliki dalam hidup dan bagaimana ia dapat merasa cukup dan bersyukur akan hal tersebut (Emmons & McCullough, 2002). Hal-hal kecil bisa menjadi sebuah kebahagiaan ketika individu dapat menyadari dan hadir secara utuh ketika dalam sebuah peristiwa-peristiwa kecil tersebut (Siegel, 2010). Peristiwa kecil tersebut bisa saja berbentuk menerima traktiran dari teman, dapat bercengkrama hingga tertawa terbahak-bahak ketika bersama orang-orang terdekat atau bisa juga dalam bentuk keberuntungan kecil seperti ketika menyebrang jalan raya ada pengendara yang membantu menyebrang dan masih banyak contoh-contoh kongkrit lainnya yang dapat ditemukan disepanjang peristiwa kehidupan. Hal ini didukung oleh pendapat Shaver dan Freedman (Hurlock 2009:19) yang menyatakan:

“kebahagiaan lebih merupakan masalah bagaimana anda memandang keadaan anda dan bukan apa keadaan itu. Kebahagiaan berasal dari merawat kebun sendiri dan bukan dari kebun tetangga”.

Sejalan dengan pernyataan mengenai kebahagiaan diatas, kebahagiaan sendiri memiliki berbagai faktor yang dapat dijadikan alasan seseorang merasa bahagia. Menurut Seligman (2005), kebahagiaan memiliki faktor-faktor seperti usia, kesehatan, pernikahan, religiusitas, uang atau kekayaan dan kehidupan sosial.

Dalam faktor-faktor tersebut kehidupan sosial dan kesehatan menjadi salah satu tolak ukur mengenai perilaku pemujaan selebriti yang marak saat ini. Hal memiliki bukti bahwa pemujaan selebriti dapat meningkatkan kebahagiaan bahwa ditemukan *fangirling* dapat meningkatkan *mood* dan regulasi emosi dimana dapat membantu para penggemar untuk mengatasi stres dan emosi negatif.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Pirzade, dkk. (2024) menemukan bahwa pemujaan selebriti ini individu akan merasakan adanya *sense of belonging*, dimana individu merasa terhubung dengan orang yang memiliki minat yang sama. Hal ini pula meningkatkan kebahagiaan melalui rasa diterima dan keterhubungan dengan komunitas yang memiliki minat yang sama. Hal ini sejalan dengan penemuan McCutcheon (2003) dalam penelitiannya yang dilakukan di Inggris dengan responden yang terdiri dari mahasiswa dan memiliki rentang usia 18-29 tahun, menemukan bahwa kemungkinan banyak orang yang terlibat dalam *celebrity worship* dengan alasan untuk *entertainment social* merupakan saling berhubungan dengan kepribadian ekstrovert, kemudian untuk *intense personal feelings* dikaitkan dengan neurotisme dan *borderline-pathological* dikaitkan dengan psikotisme. Pemujaan selebriti atau *Celebrity Worship* merupakan sebagai suatu kondisi di mana individu terlibat secara berlebihan dalam kehidupan selebriti, yang dapat mengarah pada perilaku parasosial—hubungan satu arah di mana penggemar merasa dekat dengan selebriti meskipun tidak ada interaksi nyata (McCutcheon, 2002). Dalam pemujaan selebriti ini memiliki tiga aspek yaitu *intense personal feeling*, *entertainment social*, dan *borderline pathological* (McCutcheon, 2002).

Keterkaitan antara pemujaan selebriti dengan kebahagiaan dapat dibuktikan dengan beberapa penelitian yang telah dilakukan yaitu oleh Sandy, dkk. (2021) mengenai “Dinamika Psikologis *Fangirl* KPop” ditemukan bahwa idol Kpop terbukti dapat mengangkat suasana hati dan *support system* ketika subjek mengalami kesedihan. Selain itu, terdapat penelitian dengan judul “Pengaruh *Celebrity Worship Syndrome* terhadap *Psychological Well Being* Army BTS” oleh Tansy & Kurniawati (2024) menemukan bahwa *Celebrity Worship* berpengaruh positif dan signifikan sebesar 24,5% terhadap PWB Army BTS. Hal ini menandakan bahwa semakin tinggi tingkat *Celebrity Worship* seseorang maka, semakin tinggi pula tingkat PWB yang dimilikinya.

Berdasarkan hasil penelitian dan data-data yang telah disebutkan diatas, fenomena pemujaan selebriti membuktikan adanya keterkaitan dengan kebahagiaan individu. Namun, meskipun beberapa penelitian telah membahas tentang pemujaan selebriti (*celebrity worship*) dan kebahagiaan, masih terdapat beberapa celah yang perlu diisi. Pertama, masih sedikit penelitian yang berfokus pada subjek perempuan remaja akhir (usia 18-21 tahun) yang mana kelompok ini rentan mengalami krisis identitas dan stres akibat transisi menuju masa dewasa. Kedua, pada penelitian sebelumnya lebih banyak ditemukan yang berfokus pada aspek permukaan pemujaan selebriti, namun, masih sedikit penelitian yang mengeksplorasi aspek psikologis yang mendalam seperti motivasi dibalik pemujaan selebriti dan dampaknya terhadap kebahagiaan dan masih sedikit pula yang mengeksplorasi pemujaan selebriti sebagai *coping mechanism* dalam konteks kebahagiaan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah-celah tersebut dengan

mengkaji hubungan antara perilaku pemujaan selebriti KPop idol dan tingkat kebahagiaan pada perempuan remaja akhir dalam konteks psikologi.

Penelitian ini penting untuk dilakukan karena beberapa alasan yaitu, KPop telah menjadi fenomena global yang sangat populer di Indonesia dengan basis fandom yang besar dan aktif. Selain itu, pada kelompok perempuan remaja akhir merupakan kelompok yang paling banyak terlibat dalam fenomena ini sehingga penting untuk memahami dampak terhadap kebahagiaan dan kesehatan mental mereka. Selanjutnya, fenomena ini masih dibutuhkan eksplorasi yang lebih mendalam sehingga dapat memberikan kontribusi teoritis maupun praktis bagi orang tua, pendidik, dan remaja dalam mengelola kegiatan pemujaan selebriti secara sehat. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk merumuskan penelitian yaitu apakah terdapat hubungan antara perilaku pemujaan selebriti dengan tingkat kebahagiaan pada perempuan remaja akhir.

B. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara pemujaan selebriti Kpop Idol dengan tingkat kebahagiaan pada perempuan remaja akhir.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat berkontribusi terhadap pengembangan teori psikososial yang mempertimbangkan hubungan antara perilaku pemujaan selebriti dengan tingkat kebahagiaan. Hal ini akan

memperluas pemahaman tentang bagaimana perilaku ini dapat mempengaruhi kehidupan sehari-hari individu.

b. Manfaat Praktis

- 1) Meningkatkan Kinerja Akademik dan Professional: Remaja yang merasa bahagia biasanya mempunyai fokus yang lebih baik, sehingga dengan adanya penelitian ini dapat membantu remaja mendapatkan sumber kebahagiaan lain.
- 2) Memotivasi Pencapaian Pribadi: Kebahagiaan memacu motivasi intrinsik untuk mencapai tujuan dan mengembangkan diri karena seseorang yang bahagia biasanya dapat lebih resilien dan produktif, dengan adanya pemujaan selebriti yang mampu meningkatkan kebahagiaan maka dapat membantu individu mencapai kebahagiaan sehingga memotivasi individu mencapai tujuan-tujuannya.