

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Korea selatan merupakan suatu negara dengan industri budaya dan hiburan yang terkenal seantero dunia fenomena Korean wave atau Hallyu sedang marak di beberapa negara (Valenciana & Pudjibudojo, 2022). Industri budaya dan hiburan dari Korea Selatan diantaranya ada musik, drama, film, makanan, hingga *fashion*. Salah satu budaya atau hiburan yang sangat digandrungi adalah musiknya. Musik di Korea Selatan dikenal sebagai musik K-Pop atau *Korean pop* (Nurmaulidiya, 2023).

K-Pop adalah salah satu industri budaya dari Negara Korea Selatan yang sangat marak penggemarnya. Indonesia merupakan salah satu negara dengan jumlah penggemar K-Pop terbesar di dunia. Hal ini menunjukkan bahwa ketertarikan masyarakat terhadap budaya Korea Selatan sangat tinggi, begitu pula pada penggemar idol K-Pop. Budaya korea mudah diterima di Indonesia baik dari kalangan anak-anak, remaja, bahkan dewasa. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh IDN Times (2019) hasilnya menunjukkan 40.7% penggemar dari kalangan usia 20-25 tahun, 38.1% dari kalangan usia 15-20 tahun, 11.9% dari kalangan usia 25 tahun keatas, dan 9.3% dari kalangan usia 10-15 tahun dengan mayoritas penggemarnya adalah wanita sebanyak 92.1%. Antusiasme masyarakat Indonesia dan mudahnya budaya Korea masuk ke Indonesia berdampak pada perilaku masyarakatnya. Tidak sedikit penggemar idol K-Pop ini yang menunjukkan sikap fanatiknya seperti mencintai idol K-Pop dengan berlebihan, merasa memiliki kedekatan dengan idol K-Pop, bahkan rela melakukan apapun demi idola K-Pop nya. Fenomena ini disebut *celebrity worship*.

Celebrity worship didefinisikan sebagai suatu bentuk hubungan yang terjadi hanya satu arah dan adanya bentuk pemujaan antara individu dengan selebriti idolanya dimana individu tersebut dapat terobsesi

terhadap selebriti idolanya itu (Maltby dkk, 2003). Menurut Dita dan Bagus hubungan satu arah ini merupakan suatu hubungan yang ada dalam imajinasi penggemar dengan selebriti yang diidolakan yang bersifat searah, yaitu hanya dari penggemar kepada idolanya (Lestari, 2022). seseorang dengan *celebrity worship* digambarkan sebagai seorang yang merasa dirinya bagian dari selebriti idolanya tersebut dan merasa memiliki kedekatan yang dapat diimajinasikan oleh individu tersebut kepada idolanya. Banyak penggemar yang terang-terangan mengekspresikan perasaan cintanya terhadap sang idola yang dilakukan di media sosial mau pun secara langsung, seperti membeli barang-barang yang berkaitan dengan idolanya. Hal tersebut sesuai dengan penelitian Dita dan Bagus (2012) yang menyatakan semakin tinggi tingkat pemujaan seseorang terhadap idolanya, maka semakin tinggi pula tingkat keterlibatannya dengan sosok idola.

Celebrity worship terbagi dalam 3 tingkatan subskala (Maltby dkk, 2003). Pada tingkat terendah terdapat subskala *entertainment-social value*. Tingkat ini merefleksikan aspek sosial terhadap *celebrity worship* dimana penggemar tertarik dengan selebriti, karena menganggap selebriti tersebut memiliki kemampuan untuk menghibur dan menarik perhatian. Sementara tingkatan kedua atau *intense-personal* dikarakteristikan dengan adanya perasaan personal yang intens terhadap selebriti. Tingkat ini merefleksikan niat dan perasaan kompulsif seseorang berkaitan dengan selebriti. Pada tingkatan yang lebih ekstrim dilabeli dengan *borderline-pathological* dimana tingkat ini merefleksikan sikap dan perilaku patologis sosial seseorang sebagai hasil dari pemujaan atau pengidolaan terhadap selebriti.

Berlebihan dalam melakukan pengidolaan akan berakibat buruk untuk kehidupan individu itu sendiri. Salah satunya adalah ditunjukkan dengan timbulnya perasaan ingin memiliki akan idolanya tersebut dan bahkan mengklaim bahwa idolanya tersebut adalah miliknya atau yang biasa disebut dengan istilah *bias is mine*. Obsesi ini dalam tingkat ekstrim

dapat mengakibatkan individu tersebut menjadi penguntit atau biasa disebut *sasaeng* dalam istilah Korea.

Dalam Islam khususnya dalam tasawuf mengidolakan seseorang tidaklah dilarang selama tidak melewati batas dan ketentuan dalam agama, namun jika timbul sikap fanatisme atau pemujaan secara berlebihan itu yang tidak diperkenankan. Seperti yang diungkapkan Giles (dalam Lestari dkk, 2022) dimana masih banyak fans yang menghormati bahkan memaklumi perilaku selebritis yang tidak boleh dilakukan oleh seseorang dan walaupun terjadi pada seorang biasa ataupun selebriti yang bukan mereka sukai akan menimbulkan reaksi lain. Artinya masih banyak individu yang tidak mengamalkan perintah dan larangan agamanya serta tidak dapat mengendalikan emosi dan pikirannya yang tidak stabil. Sikap fanatisme ini jika berlarut-larut dan pada tingkat berlebih dapat berakibat buruk bagi penggemar itu sendiri. Maka agama diperlukan sebagai pegangan agar manusia tidak terlena dalam dunia pengidolaannya.

Menurut Glock dan Stark (dalam Habibi dkk, 2021) ada lima dimensi dalam religiusitas yaitu dimensi keyakinan/ideologik (*belief*) yang mencakup pengharapan-pengharapan dimana orang religius berpegang teguh pada pandangan teologis tertentu dan mengakui kebenaran doktrin tersebut. Dimensi praktik agama/peribadatan (*practice*) yang mencakup perilaku pemujaan, pelaksanaan ritual formal keagamaan, ketaatan dan hal-hal yang dilakukan orang untuk menunjukkan komitmen terhadap agama yang dianutnya. Dimensi pengalaman (*feeling/experience*) berupa pengalaman dan perasaan atau penghayatan dalam beragama, pengalaman-pengalaman keagamaan yang pernah dialami dan dirasakan. Dimensi pengetahuan agama (*knowledge*) mengukur seberapa jauh seseorang mengetahui tentang ajaran-ajaran agamanya, terutama yang ada dalam Kitab Suci maupun lainnya. Dimensi konsekuensi (*effect*) mengacu pada identifikasi akibat-akibat keyakinan keagamaan, praktik, pengalaman dan pengetahuan seseorang dari hari ke hari. Pendapat lain mengenai dimensi

religiusitas diungkapkan oleh Ancok dan Suroso (dalam Juniarly & Dahtiarani 2020) bahwa dimensi religiusitas dalam islam ada tiga yaitu peribadatan (syariat), pengalaman (akhlak), dan keyakinan (akidah islam).

Puspitasari dan Hermawan menerangkan dalam penelitian bahwa mayoritas penggemar K-pop adalah remaja sekolah menengah dan Mahasiswa. Namun Cahyani dan Purnamasari (dalam Azzahra, 2021) mengemukakan bahwa sebenarnya banyak dari usia dewasa awal yang mengidolakan selebriti tertentu bahkan menjadikan mereka sebagai panutan dalam berbagai hal. Studi lain menemukan bahwa 75% anak muda memiliki ketertarikan yang kuat pada orang-orang terkenal dalam hidup mereka, terutama idola pop, bintang film, dan banyak lainnya (Boon & Lomore, dalam Azzahra, 2021). Hal ini bertentangan dengan teori dasar untuk memahami fenomena ini. Teori ini menjelaskan bahwa intensitas pemujaan selebriti mencapai puncaknya pada masa remaja dan mulai menurun pada masa dewasa (McCutcheon dkk, 2002). Sebab, para dewasa awal mulai menemukan jati diri dan semakin mandiri, minat dan tujuan hidup juga telah berubah (Shofa, 2017).

Penelitian terdahulu oleh Maltby dkk, menunjukkan hasil yaitu ketika religiusitas meningkat, kecenderungan terhadap *celebrity worship* menurun. Hal ini diperkuat oleh penelitian yang ia lakukan sebelumnya yang menyatakan bahwa religiusitas dan *celebrity worship* memiliki hubungan yang negatif. Penelitian lain oleh Lisa dengan judul Fanatisme Remaja K-popers Terhadap Idol K-Pop Dalam Kajian Religiusitas (Studi Kasus Terhadap Fandom Exo-L) perilaku fanatisme remaja EXO-L tidak memengaruhi sisi religiusitasnya, hal ini dilihat dari lima dimensi religiusitas, dan menunjukkan apabila ketiga subjek tidak melupakan nilai-nilai agama Islam. Subjek penelitian memiliki dimensi-dimensi religiusitas yang ia percaya disamping ia menjadi seorang penggemar K-pop. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Nelvi dengan judul Hubungan Antara Religiusitas Dengan *Celebrity Worship* Pada Remaja Penggemar K-Pop di Pekanbaru hasil yang didapatkan yaitu adanya hubungan yang

negatif antara religiusitas dengan *celebrity worship* pada remaja penggemar K-Pop. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi religiusitas maka semakin rendah *celebrity worship* pada remaja penggemar K-Pop begitu pula sebaliknya. Penelitian dari jurnal dengan judul Pengaruh Religiusitas terhadap *Celebrity Worship* pada Dewasa Awal Penggemar K-Pop Fandom NCTzen oleh Lestari mengatakan bahwa gambaran perilaku religiusitas di usia dewasa awal pada penggemar K-Pop fandom NCTzen adalah tinggi. Hasil *celebrity worship* diusia dewasa pada penggemar K-Pop fandom NCTzen berada pada kategori rendah dan didominasi pada aspek *entertainment-social*. Berdasarkan dari uji regresi didapatkan hasil bahwa religiusitas memiliki pengaruh terhadap *celebrity worship* di usia dewasa penggemar K-pop fandom NCTzen.

Melihat fakta yang ada di masyarakat bahwa sebagian besarnya menganggap mengidolakan selebriti Korea atau idol K-pop merupakan sesuatu yang kurang baik, bahkan ada pendapat yang menyatakan mengidolakan idol K-pop sudah menyimpang agama. Hasil observasi peneliti di UIN SATU Tulungagung, para penggemar idol K-pop sebagaimana fans lainnya juga melakukan hal yang sama mulai dari mengoleksi barang-barang yang berhubungan dengan idol favoritnya seperti *photocard*, *lightstick*, baju, tas, boneka, sepatu, dan lain-lain. Mereka juga berhayal seolah dirinya menjadi bagian dari idolanya, seperti menjadi pasangan sang idola atau orang penting dalam kehidupan idolanya. Bahkan fans yang memiliki cukup uang juga sesekali menonton konser idolanya. Bagi kebanyakan fans, mereka juga *streaming* MV (*music video*) selebriti atau grup-grup idolanya untuk meningkatkan jumlah *viewers*, ikut andil memvoting idolanya di even-even tertentu, menonton konten-konten dari idolanya, mengikuti idolanya di media sosial, dan sebagian membuat status di media sosial tentang idolanya. Berdasarkan uraian latar belakang diatas, dalam penelitian ini akan membahas tentang tingkat religiusitas dan *celebrity worship* pada mahasiswa penggemar idol K-Pop di UIN SATU Tulungagung, serta

membahas ada tidaknya pengaruh tingkat religiusitas terhadap *celebrity worship*. Sebagai mahasiswa di Universitas Islam yang mana dengan latar belakang agama yang dianggap lebih baik apakah memiliki tingkat religiusitas yang tinggi dan mempengaruhi dalam hal pengidolaan yang berlebih (*celebrity worship*).

B. Rumusan Masalah

Peneliti merumuskan permasalahan yang didapat sebagai berikut:

1. Seperti apa tingkat religiusitas mahasiswa penggemar idol K-Pop di UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung?
2. Seperti apa kategori *celebrity worship* mahasiswa penggemar idol K-Pop di UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung?
3. Apakah terdapat pengaruh tingkat religiusitas terhadap *celebrity worship* pada mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung?

C. Tujuan Penelitian

1. Mengkaji tingkat religiusitas mahasiswa penggemar idol K-Pop di UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.
2. Mengkaji kategorisasi *celebrity worship* mahasiswa penggemar idol K-Pop di UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.
3. Mengkaji ada tidaknya pengaruh tingkat religiusitas terhadap *celebrity worship* pada mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul. Terdapat dua jenis hipotesis, yaitu hipotesis kerja (H_a) dan hipotesis nol (H_0). Hipotesis kerja (H_a) adalah menyatakan adanya hubungan antara variabel X dan Y, atau adanya perbedaan antara kelompok. Sedangkan hipotesis nol (H_0) menyatakan tidak adanya perbedaan antara dua variabel. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh dari tingkat religiusitas terhadap *celebrity worship*.

E. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi semua pihak yang terkait baik kalangan akademis, maupun masyarakat umum. Adapun manfaat penelitian ini adalah:

a. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan penelitian berikutnya, serta dapat menjadi referensi untuk mengembangkan penelitian sejenisnya. Dan hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menambah wawasan serta pemikiran bagi peneliti, para pembaca, serta kepada masyarakat.

b. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai masukan mahasiswa untuk menyaring hobi dan tidak berlebihan dalam mengidolakan idol k-pop.

c. Bagi Penulis

Untuk menambah sumber ilmu pengetahuan, sehingga dapat menambah kelengkapan dari ilmu pengetahuan yang telah dipelajari sebelumnya, dan dapat menyelesaikan penelitian dengan baik.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dibuat dengan tujuan supaya penelitian ini terstruktur dan mudah dipahami. Penelitian ini terdiri dari lima bab dan setiap bab memiliki sub bab yang digunakan sebagai penjelasan. Sistematika penulisan ini dibagi sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan. Pada bagian pendahuluan berisi uraian latar belakang masalah penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, hipotesis penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II Kajian Teori. Pada bab ini membahas tentang teori yang melandasi penelitian, meliputi: Religiusitas, *Celebrity Worship*, dan K-pop atau Korean pop.

Bab III Metode penelitian. Pada bab ke-III peneliti memaparkan metode yang digunakan untuk penelitian yang berisikan rancangan penelitian, populasi, sampel, dan sampling, sumber data, variable, dan skala penelitian, teknik dan instrumen pengumpulan data, dan teknik analisis data.

Bab IV Pembahasan. Pada bab ke-IV menjelaskan tentang hasil penelitian mengenai tingkat religiusitas terhadap *celebrity worship* pada mahasiswa penggemar idol k-pop di UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung

Bab V Penutup. Bab ke-V ini merupakan bab terakhir yang berisi tentang kesimpulan dan saran-saran.