

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini, budaya pop Negara Korea Selatan merupakan budaya yang digandrungi oleh sebagian kalangan. Perluasan budaya pop ini disebut dengan *Korean Wave* atau *K-Wave*. Menurut Nastiti (dalam Pertiwi, 2013), *K-Wave* merupakan istilah yang digunakan untuk memaparkan perluasan budaya pop Korea secara menyeluruh di berbagai belahan dunia. Pada umumnya, budaya pop tersebut adalah *K-Drama* dan *K-Pop*, tidak terkecuali Negara Indonesia yang merupakan salah satu negara terdampak perluasan budaya pop Korea. Soraya (2013) mengatakan bahwa budaya pop Negara Korea telah meletakkan pengaruhnya pada seluruh negara di dunia. *K-Pop* atau Korea Musik terdiri dari *boyband*, *girlband*, dan *soloist* (Anwar, 2018). Setiap *boyband*, *girlband*, dan *soloist* memiliki agensi yang menaungi mereka. Negara Korea saat ini memiliki 4 agensi besar, yang meliputi *SM Entertainment*, *JYP Entertainment*, *YG Entertainment*, dan *Big Hit Entertainment*.

Fans atau penggemar merupakan individu yang menyukai sesuatu secara antusias (Kurniawati, 2019). Penggemar *korean pop* berasal dari kalangan remaja hingga dewasa awal. Hurlock (2011) menjelaskan bahwa rentang usia dewasa awal 18-40 tahun. Penggemar laki-laki disebut dengan *fanboy*, sedangkan penggemar perempuan biasanya disebut dengan *fangirl*. Menurut Ulfianti (dalam Pertiwi, 2013), *fansclub* sendiri digunakan untuk membedakan *fandom* sesuai dengan grup idola yang mereka sukai, walaupun terpisah dengan *fandom* pada umumnya para penggemar justru dekat antara satu dengan yang lain.

Fandom merupakan suatu komunitas yang berisikan para penggemar yang memiliki minat dan kegemaran yang sama, disertai dengan adanya hubungan persahabatan yang melibatkan perasaan empati (Andina dkk., 2020). Penggemar tersebut berasal dari berbagai negara, tidak hanya dari Negara Indonesia saja namun juga terdapat *fandom* yang dibentuk menurut wilayah masing-masing. Penggemar yang tergabung di sebuah *fandom* pada umumnya akan menghabiskan waktu mereka untuk membicarakan idola mereka. Setiap *idol K-Pop* memiliki *fandom* mereka masing-masing misalnya seperti EXO dengan *fandom EXO-L*.

Berdasarkan artikel IDN Times (dalam Gumelar dkk., 2021), memaparkan bahwa 40,7% penggemar *korean pop* berasal dari kalangan berusia 20-25 tahun, 38,1% berusia 15-20 tahun, 11,9% berusia lebih dari 25 tahun, persentase paling sedikit berasal dari usia 10-15 tahun yakni sebesar 9,3%. Selain itu, demografi penggemar *korean pop* di Indonesia didominasi oleh penggemar dengan gender perempuan, yakni sebanyak 92,1%. Hasil survei tersebut menunjukkan bahwa Sebagian besar penggemar *korean pop* didominasi oleh penggemar pada rentang usia dewasa awal.

Menurut observasi yang telah peneliti lakukan pada *fandom EXO-L* Semarang, peneliti mengetahui bahwa saat ini tidak terdapat jadwal kegiatan apapun. Saat ini, grup *chat* dijadikan wadah untuk para anggota boleh menjual belikan *merchandise* yang mereka miliki. Selain itu, peneliti juga dapat melihat bahwa sejak adanya pandemi ini kegiatan yang seharusnya dilaksanakan harus dibatalkan namun anggota kelompok tetap aktif dalam bertukar informasi mengenai kesibukan idolanya. Jadi, walaupun tidak ada kegiatan mereka tetap menjalin komunikasi yang baik. Melalui hal

itu, dapat dilihat bahwa hubungan persahabatan antar anggota terjalin dengan sangat baik. Ketika terdapat kegiatan, antar anggota sangat kompak dalam bekerjasama dan individu yang tergabung di dalam komunitas ini sangat bersahabat. Jika dilihat dari hubungan persahabatan dan juga kerjasama antar anggota, dapat dilihat bahwa terdapat perilaku prososial di dalam komunitas penggemar dari *Boy Band EXO*. Tidak hanya komunitas *EXO-L* yang memiliki perilaku prososial di dalamnya, namun juga pada komunitas penggemar lainnya.

Banyak masyarakat Indonesia yang memandang budaya *korean pop* merupakan sesuatu yang buruk. Seperti yang dilansir pada idntimes.com (2019) yang menjelaskan bahwa terdapat beberapa hal negatif yang ditunjukkan oleh penggemar *korean pop*, antara lain adalah lupa kewajiban serta mendewakan idol, buang-buang waktu dan tidak produktif, buang-buang uang untuk *korean pop stuff*, halusinasi atau terlalu banyak berkhayal, dan berkeinginan memiliki pasangan yang serupa dengan idola.

Gemar *korean pop* juga merupakan hal positif karena terdapat pengaruh positif terhadap diri penggemar, seperti yang dikutip dari idntimes.com (2019) bahwa dengan menyukai *korean pop* penggemar dapat memiliki relasi yang luas bahkan hingga luar negeri, menambah wawasan mengenai bahasa asing yaitu Bahasa Korea, terus berkarya bersama idola, seperti karya seni *fanart* yang dapat dijadikan sebagai bisnis online yang penghasilannya dapat digunakan untuk membeli *merchandise* dan tiket konser dengan usaha sendiri. Hal positif yang selanjutnya adalah saling bahu membahu untuk membantu sesama dengan cara berdonasi.

Korean pop tidak selalu memberikan pengaruh buruk pada individu yang menyukainya, namun juga memiliki pengaruh positif. Pada umumnya, kegiatan yang dilakukan oleh penggemar *korean pop* diantaranya adalah *cover dance*, *gathering*, acara *birthday party*, *voting*, dan mengikuti informasi terbaru idolanya melalui media sosial. Selain itu, juga terdapat kegiatan amal yang dilakukan dengan cara mengadakan donasi yang hasilnya akan diberikan kepada anak-anak panti asuhan, serta masyarakat korban bencana yang membutuhkan bantuan. Pada masa pandemi ini, penggemar juga mengadakan pengumpulan dana yang hasilnya akan didonasikan kepada masyarakat yang terdampak *COVID-19*.

Fandom penggemar *korean pop* tidak hanya melakukan donasi pada masa pandemi saja. Selain masa pandemi terdapat beberapa penggemar *korean pop*, seperti *fandom EXO-L* hingga mendirikan sekolah untuk masyarakat yang kurang mampu dengan mengatasnamakan idola mereka. Pada saat, terjadi insiden Kanjuruhan beberapa *fandom* penggemar *korean pop* yang ada di Indonesia mengadakan donasi, antara lain adalah *ARMY*, *NCTZEN*, *WAYZENNI*, *EXO-L*, dan masih banyak *fandom* lainnya dengan dana donasi yang terkumpul sebanyak Rp 1.652.408.680 (Kitabisa.com, 2022). *Fandom NCTZEN* dan *WAYZENNI* mengadakan donasi untuk membantu korban gempa Cianjur dengan dana donasi sebanyak Rp 119.191.278 (Kitabisa.com). Hal tersebut termasuk ke dalam perilaku prososial.

Perilaku prososial merupakan suatu perilaku yang menguntungkan orang lain tanpa memberikan keuntungan pada individu yang berperilaku, bahkan dapat menimbulkan resiko untuk individu yang berperilaku (Baron & Byrne, 2005). Brigham (dalam Dayakisni & Hudaniah, 2009) memaparkan aspek-aspek perilaku prososial,

yaitu kedermawanan, persahabatan, kerjasama, menolong, menyelamatkan, dan pengorbanan karena perilaku prososial bertujuan untuk memberi kesejahteraan untuk orang lain.

Demi melihat adanya konformitas dan perilaku prososial pada penggemar *korean pop*, peneliti melakukan wawancara kepada enam penggemar yang berasal dari *fandom* yang berbeda-beda. Tiga dari enam penggemar yang diwawancarai mereka mengatakan bahwa di dalam *fandom* mereka masing-masing terdapat kegiatan positif yang merupakan perilaku prososial, seperti penggalangan dana dalam rangka merayakan ulang tahun dari idola mereka. Tiga dari enam penggemar yang diwawancarai mengatakan bahwa terdapat kekompakan dan juga peniruan antar anggota *fandom* ataupun individu yang terdapat di luar *fandom* mereka.

Narasumber berinisial V dari *fandom* EXO-L, mengaku bahwa melalui penggalangan dana mereka menggunakan dana tersebut untuk didonasikan kepada panti asuhan, untuk membantu perawat *COVID-19*, dan juga mendirikan sekolah. Kegiatan penggalangan dana ini tidak hanya terjadi di dalam *fandom* EXO-L saja, namun juga terjadi pada *fandom-fandom* lainnya, yaitu *fandom* NCTzen dan juga *Army*. Melalui hal tersebut, dapat terlihat bahwa terdapat aspek kedermawanan di dalam *fandom* penggemar *korean pop*.

Narasumber peneliti yang berinisial F dari *fandom* Reveluv, mengatakan bahwa ia memiliki kelompok tersendiri yang memiliki kegemaran yang sama, yaitu menari. F menjelaskan bahwa ketika mereka memiliki waktu luang tanpa mengganggu belajar mereka, mereka akan berkumpul di salah satu rumah anggota kelompok untuk berlatih tarian yang terdapat pada lagu dari idola mereka, yaitu *Red Velvet*. F berkata

bahwa biasanya mereka menggunakan lagu dari sang idola, seperti *Psycho*, *Zimzalabim*, *Bad Boy*, *Red Flavour*, dan masih banyak lagi. Melalui wawancara dengan narasumber F, dapat dilihat bahwa terdapat kegiatan positif yang dilakukan oleh penggemar dengan cara mengisi waktu luang mereka dengan cara berlatih tarian dari sang idola.

Narasumber peneliti yang berinisial D dari *fandom* Army, mengatakan bahwa persahabatan yang terjalin antar penggemar sangat erat. D mengatakan bahwa menyukai *korean pop*, ia memiliki banyak teman baik yang di dalam negeri maupun di luar negeri. D juga berkata bahwa antar penggemar terdapat hubungan yang positif dengan adanya saling mendukung antar satu dengan yang lain. Sehingga mereka dapat menjadi individu yang lebih baik. Persahabatan tersebut tidak hanya terjalin antar penggemar di dalam satu *fandom* yang sama, namun juga terjalin antar penggemar dengan *fandom* yang berbeda. Dengan adanya hubungan persahabatan yang terjalin antar penggemar serta antar *fandom* dapat membentuk suatu kekompakan.

Abdullah dan Wiworo (dalam Kurniawati, 2019) menjelaskan bahwa dengan meningkatkan kekompakan kelompok perilaku konformitas dapat terbangun. Dengan adanya kekompakan kelompok maka disitu juga mereka melakukan sebuah perilaku yang sama yang menimbulkan perilaku konformitas. Dalam sebuah penelitian yang dilakukan oleh Hafiza dkk. (2018) menyatakan bahwa salah satu faktor yang dapat membentuk perilaku prososial adalah konformitas. Selain itu, Staub (dalam Dayakisni dan Hudaniah, 2009) menyebutkan bahwa *personal value dan norms* merupakan salah satu faktor yang melatar belakangi perilaku prososial. Sehingga individu

cenderung melakukan perilaku yang sama sesuai dengan norma yang ada di dalam komunitas tersebut, di mana hal tersebut merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi terbentuknya konformitas.

Konformitas merupakan sesuatu yang dapat menimbulkan persepsi individu terhadap bagaimana ia berperilaku di dalam kelompok. Perilaku individu mendapat pengaruh yang kuat dari norma sosial yang berlaku di dalam kelompok itu sendiri. Salah satu narasumber yang diwawancarai oleh peneliti yang berinisial A dari *fandom NCTZEN* mengungkapkan bahwa idolanya barusan saja *comeback* dan melakukan tantangan tarian di tik tok mereka. A juga mengatakan bahwa sehubungan dengan hal tersebut, banyak penggemar yang mengikuti tantangan tersebut sesuai dengan apa yang dicontohkan oleh idolanya.

Narasumber R dari *fandom Carat*, mengatakan bahwa setiap konser yang terselenggara para penggemar akan mempersiapkan *fanchant* yang disebutkan pada saat idola mereka sedang menyanyikan lagu. *Fanchant* merupakan sorakan yang terbentuk dari nama-nama idola mereka yang tergabung di dalam sebuah *boyband* atau *girlband*. R juga mengatakan bahwa semua penggemar akan menyorakkan *fanchant* tersebut secara kompak dan tidak akan ada penggemar yang tertinggal atau bahkan lupa. Semua penggemar menyuarakannya secara lancar dan hafal kata-kata apa saja yang tertera di dalam *fanchant* tersebut. Melalui hal ini, terlihat adanya konformitas yang terjadi di dalam kelompok *fandomnya*, di mana para penggemar menunjukkan adanya perilaku meniru dan melakukan sesuatu hal yang sesuai dengan norma yang terdapat di dalam kelompoknya.

Narasumber C dari *fandom MIDZY*, yang merupakan nama *fandom* dari penggemar *groupband Itzy*. C mengatakan bahwa terkadang ia memiliki perasaan harus menjadi sama dengan penggemar-penggemar yang lain. Misalnya seperti, ketika idola mereka mengeluarkan album baru, para penggemar akan membeli album tersebut sebanyak-banyaknya dan juga cepat. C menjelaskan bahwa peristiwa seperti itu menjadikan ia memiliki dorongan untuk membeli album tersebut. Jika ia tidak membeli, ia akan merasa menyesal dan juga melihat penggemar yang lain memamerkan bahwa ia memiliki album baru yang telah dikeluarkan oleh sang idola.

Melalui wawancara tersebut, dapat dilihat bahwa terdapat tekanan di dalam suatu kelompok yang mendorong mereka menjadi sama dengan individu yang lainnya, di mana hal tersebut dapat dikatakan sebagai konformitas. Pada penelitian yang dilakukan oleh Nook dkk. (2016) menyatakan bahwa norma-norma kelompok dapat menginspirasi individu lain untuk memberikan pertolongan. Penelitian tersebut juga menegaskan bahwa individu dapat menyesuaikan diri dengan perilaku prososial individu lain ketika diberi informasi mengenai norma kelompok.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Kurniawati (2019) di Kota Pekanbaru dengan judul “Hubungan antara Konformitas dan Perilaku Prososial pada Penggemar EXO (EXO-L)”, hasil penelitiannya menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara konformitas dan perilaku prososial. Pada penelitian tersebut peneliti menjelaskan bahwa semakin tinggi konformitas seseorang maka akan semakin tinggi juga perilaku prososial dalam diri seseorang. Begitu juga sebaliknya, jika semakin rendah konformitas seseorang maka akan semakin rendah juga perilaku prososial yang ada di dalam diri seseorang. Selain itu, di dalam

penelitian tersebut juga dijelaskan bahwa variabel konformitas memiliki pengaruh terhadap variabel perilaku prososial.

Melalui penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Kurniawati dengan dua variabel, yaitu konformitas dan perilaku prososial peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan variabel yang sama. Namun, peneliti akan menggunakan subyek yang berbeda. Penelitian terdahulu menggunakan dua cakupan komunitas, yaitu EXO-L INA dan Do Kyungsoo. Sedangkan peneliti akan menggunakan responden penggemar *korean pop* di Indonesia secara general sebagai subyek dari penelitian ini. Peneliti meneliti secara general, karena melalui penelitian ini peneliti ingin membuktikan bahwa penggemar *korean pop* tidak selalu memberikan dan membawa pengaruh buruk, namun juga memberikan pengaruh yang positif yang salah satunya dapat terlihat dari kegiatan donasi. Selain itu, peneliti juga ingin mengetahui apakah di dalam *fandom-fandom* lain juga terjadi perilaku prososial dan konformitas yang sama.

Subyek dalam penelitian ini mencakup rentang dewasa awal, seperti mahasiswa atau mahasiswi, dan bekerja. Selain itu, peneliti sendiri juga tergabung di dalam salah satu *fandom* yakni, *fandom EXO-L* serta mengetahui bagaimana dan apa saja yang terdapat di dalam *fandom EXO-L*. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengusung tema penelitian mengenai konformitas dan perilaku prososial pada penggemar *korean pop* di Semarang. Penelitian ini bermaksud melihat sejauh mana konformitas dapat mempengaruhi perilaku prososial pada penggemar *korean pop* di Semarang.

1.2. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara empirik hubungan antara konformitas dan perilaku prososial pada penggemar *korean pop*.

1.3. Manfaat Penelitian

1.3.1. Manfaat Teoritis

- a. Secara teoritis penelitian ini dapat memberikan sumbangan ilmiah di bidang Psikologi Sosial mengenai hubungan antara konformitas dan perilaku prososial.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya mengenai konformitas dan perilaku prososial.

1.3.2. Manfaat Praktis

- a. Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran kepada pembaca mengenai hubungan antara konformitas dan perilaku prososial pada penggemar *korean pop*.
- b. Bagi peneliti, hasil penelitian ini dapat memberikan tambahan wawasan, informasi, dan juga pengetahuan mengenai konformitas dan perilaku prososial.