

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Setiap individu memiliki bentuk kebahagiaannya masing-masing. Dalam dunia Psikologi, terdapat suatu bentuk kebahagiaan yang dikenal dengan istilah *subjective well-being*. *Subjective well-being* menurut Diener dalam Eid dan Larsen (2008) didefinisikan sebagai suatu penilaian baik atau buruk perasaan seseorang. Setiap individu akan merasa senang ketika melakukan sesuatu yang menurut individu tersebut menyenangkan. Sedangkan menurut Compton (2013) konsep kebahagiaan dan kepuasan hidup dalam *subjective well-being* sendiri bersifat hedonik, dengan artian obsesif, yang mengandung prinsip kesenangan, dan sejauh mana seseorang merasa hidupnya menyenangkan, bebas stres, bebas dari merasa cemas .

Seseorang dapat menjadi individu yang lebih aktif, puas dan bergairah apabila individu tersebut memiliki *subjective well-being* yang tinggi. Hal ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Mahmood dan Gaffar (2014) mengenai ketahanan para penderita Demam Berdarah (DBD) dengan tinggi rendahnya *subjective well-being* para penderita tersebut. Hasil yang didapati adalah terdapat hubungan yang signifikan antara resiliansi dan *subjective well-being*, sehingga bisa dikatakan bahwa ketika seseorang memiliki *subjective well-being* yang tinggi maka seseorang tersebut memiliki ketahanan yang tinggi.

Selain itu, *subjective well-being* dapat diperoleh dari apa yang menurut seseorang menyenangkan. Salah satu hal yang membuat seseorang bahagia dalam zaman yang sudah maju seperti ini adalah teknologi, terutama internet. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Greyling (2018) mengenai keterkaitan *subjective well-being* dengan penggunaan internet di daerah Afrika Selatan. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa internet memiliki peran signifikan yang menunjukkan bahwa para subjek merasakan kebahagiaan dan kepuasan saat menggunakan internet dan sosial media. Media sosial menjadi gerbang terbesar seseorang mengetahui suatu informasi seperti berita, hiburan, dan tidak terkecuali semua informasi mengenai tokoh-tokoh hebat dan mengagumkan dari berbagai bidang seperti dunia hiburan, kedokteran, olahraga, pendidikan dan sebagainya. Hal ini biasanya menjadi awal mula alasan mengapa seseorang bisa mengagumi sosok figur tertentu.

Bukanlah hal yang salah apabila seseorang memiliki perasaan kagum terhadap orang lain, namun hal tersebut haruslah dalam batas yang wajar. Terkadang, seseorang menggemari sosok figure yang dikagumi dengan porsi yang berlebihan. Pengekspresian rasa kagum yang berlebihan terhadap orang lain merupakan hal yang tidak baik dan berdampak negatif. Saat hal tersebut terjadi, seseorang akan menunjukkan ekspresi dan wujud cinta serta kegemarannya terhadap sesuatu atau seseorang dengan cara berbeda-beda, mulai dari membeli hal yang serupa dengan idola, cendera mata, koleksi album, hadiah khusus, poster idola, bergabung dengan *club* penggemar, sampai menghadiri konser tahunan idola yang dikagumi.

Pernyataan ini didukung oleh penelitian Mackellar (2006) yang mengatakan jika seseorang telah mengamati sesuatu atau seseorang, orang tersebut akan menjadi begitu berdedikasi secara mental, fisik, dan finansial pada hal tersebut.

Perilaku menggemari seseorang maupun sesuatu bukanlah suatu masalah yang besar, tetapi pada beberapa kasus tertentu hal tersebut sudah masuk pada tahap merugikan tidak hanya idola yang diidolakan, melainkan juga dirinya sendiri. Jika seseorang sudah sampai pada tahap merugikan diri dan berdampak buruk pada kehidupan sehari-hari, tentunya hal ini sudah menjadi sesuatu yang negatif dan tidak baik jika dilakukan secara terus menerus. Perilaku ini sering dikenal dengan *Celebrity worship*. Menurut McCutcheon, Lange dan Houran (2002) *celebrity worship* merupakan fenomena ketika seseorang menggemari dan terobsesi sesosok figur idola. *Celebrity worship* dijelaskan sebagai sindrom perilaku obsesif dan adiktif pada selebriti.

Ketika seseorang mengalami *celebrity worship*, orang tersebut secara tidak langsung akan membentuk rasa ketergantungan untuk melakukan segala sesuatu yang berhubungan dengan idolanya. Di Indonesia fenomena *celebrity worship* bukanlah suatu fenomena yang baru. Penelitian Widjaja dan Ali (2015) membuktikan bahwa fenomena *celebrity worship* juga sudah melanda di Indonesia. Penelitian ini mencermati 250 orang berumur 20-30 tahun yang berdomisili di daerah Jakarta dan didapati sebanyak 34% (85 orang) mengalami *celebrity worship* pada tahap ringan (*Entertainment Social*), sebanyak 34.8%

(87orang) pada tahap sedang (*intense personal*), dan sebanyak 31.2% (78 orang) pada tahap ekstrim (*Borderline Pathological levels*).

Salah satu media *online* di Indonesia menggelar *polling* untuk mengetahui fans paling fanatik di Inonesia (Frederika, 2014). *Polling* ini berhasil mendapatkan sebanyak 92.694 suara. Hasil *polling* menunjukkan beberapa selebriti dengan penggemar fanatik, diantaranya: penggemar *girlband* JKT48, Comate (penggemar *boyband* cilik *Cowboy Junior*), SmashBlast (penggemar *boyband* SMASH), Sahabat Noah (penggemar *band* Noah), NIC (penggemar penyanyi solo Agnes Monica), Afganisme (penggemar penyanyi solo Afgan), Outsiders (penggemar *band* *Superman Is Dead*), dan Kerabat Kotak (penggemar *band* KOTAK). Selain selebriti Indonesia, selebriti luar negeri juga sangat marak di tanah air. *Girlband* dan *boyband* asal negara Korea Selatan juga sangat digemari di Indonesia.

Menurut penelitian Prihatiningrm (2018), *celebrity worship* menyebabkan penderitanya merasakan perasaan bahagia juga merasa takut. Kedua hal tersebut mungkin terdengar seperti hal yang biasa terhadap orang pada umumnya. Namun untuk seorang penggemar fanatik yang menderita *celebrity worship syndrome*, hal tersebut merupakan hal yang luar biasa sehingga dapat menimbulkan beberapa perilaku yang ekstrim. Perilaku *celebrity worship* mempengaruhi *subjective well-being* seseorang oleh karena sikap dan perasaan yang ditimbulkan oleh *celebrity worship* terhadap individu pada tahap yang ekstrim merupakan perasaan *neurotic*, obsesif, dan kompulsif terhadap idola yang digemari. Individu pada tahap ini justru akan ikut merasakan perasaan cemas, sedih, dan takut

apabila idola yang digemari mengalami suatu peristiwa buruk atau bahkan peristiwa yang menyenangkan akan tetapi tidak dikehendaki oleh para penggemarnya. Hal ini didukung oleh penelitian Prihatiningrum (2018) terhadap 409 penggemar *Korean pop* (K-pop) dengan rentang usia 18-49 tahun. Hasil menunjukkan adanya pengaruh negatif antara *celebrity worship* dan *subjective well-being* dimana semakin rendah perilaku *celebrity worship* maka semakin tinggi *subjective well-being* seseorang, dan begitupun sebaliknya.

Seperti hal yang diungkapkan McCutcheon, dkk (2002), *celebrity worship* merupakan hal yang obsesif dan adiktif. Hal ini tercermin ketika penggemar rela melakukan apa saja untuk selebriti idolanya seperti, menunggu berjam-jam hanya untuk melihat selebriti idolanya keluar dari tempat kediaman idola tersebut, melakukan hal yang berbahaya, bahkan sampai bisa menghabiskan beratus-ratus juta untuk membeli *merchandise*, tiket konser, dan hadiah untuk selebriti idolanya. Terkadang penggemar yang sangat fanatik bisa bertindak agresif dan melakukan *fan war* (perang penggemar) secara *online* dan dunia nyata apabila idolanya dikritik oleh penggemar selebriti idola lain (Prihatiningrum, 2018). Dari fenomena tersebut, dapat terlihat bahwa individu yang berperilaku demikian memiliki pengendalian diri yang rendah.

Pengendalian diri atau kontrol diri dapat dijelaskan sebagai kemampuan individu untuk mengesampingkan atau mengubah respon batin untuk menghindari hal-hal atau perilaku yang tidak diinginkan, seperti perilaku impulsif (Archer & Southall, 2009). Berdasarkan

penelitian yang dilakukan oleh Fajariany (2018) terhadap penggemar *Korean-pop (kpop)*, dapat disimpulkan bahwa seorang penggemar yang memiliki kontrol diri yang buruk akan menyebabkan obsesi yang mendalam kepada selebriti yang dikaguminya, bahkan hingga melakukan hal-hal yang tidak rasional. Hal ini didukung oleh pernyataan Cliburn dan Glanzer (2017) yang mengatakan bahwa kontrol diri memiliki pengaruh terhadap perasaan kebahagiaan seseorang. Adanya kontrol diri yang baik mampu menjadikan individu seseorang yang mampu berpikir dan berperilaku rasional dan tidak terjebak dalam pikiran imajinatif satu arah antara dirinya dengan sang selebriti. Penggemar yang memiliki kontrol diri yang baik dapat menekan keinginannya terkait dengan pemujaan terhadap selebriti idolanya.

Menurut Raviv, Bar-Tal, Raviv, dan Bel-Horin, (1996), perilaku *celebrity worship* dapat berkurang bahkan bisa menghilang ketika individu memasuki masa dewasa awal. Raviv, dkk (1996) menjelaskan bahwa hal tersebut disebabkan karena individu sudah mempertajam identitasnya, mencapai autonomi dan sudah mampu merubah minat dan tujuan hidupnya disaat masa dewasa awal, sehingga individu menjadi lebih bijak dalam menyikapi hidupnya. Berkurangnya perilaku *celebrity worship* di masa dewasa awal juga disebabkan karena individu yang tergolong dewasa awal sudah mengakhiri masa remajanya yang cenderung memiliki karakteristik seperti ketergantungan dengan teman sebayanya sebagai salah satu faktor yang turut berperan dalam mempengaruhi perilaku *celebrity worship*.

Akan tetapi, fakta yang ada dilapangan justru menunjukkan hal yang sebaliknya. Menurut Boon dan Lamore (2001), sebanyak 75% individu dari dalam rentang usia dewasa awal mengalami perilaku ketertarikan pada figur selebriti yang kuat, kebanyakan terhadap idola penyanyi dan bintang film. Kalangan dewasa awal di Indonesia juga tidak terlepas dari perilaku *celebrity worship*. Penelitian yang dilakukan di Indonesia adalah survey terhadap 100 penggemar *Korean pop* (K-Pop) dengan usia penggemarnya. Hasil survey tersebut menunjukkan sebanyak 42% penggemar dengan rentang usia dewasa awal, yakni 21-30 tahun, masih mengalami *celebrity worship*.

Selain perilaku *celebrity worship*, kontrol diri pada teori dewasa awal juga tidak sama seperti kenyataan yang ada. Nyatanya, masih banyak individu dewasa awal yang kurang bijak dalam memilih pilihan-pilihan dalam kehidupannya. Hal ini didukung dengan penelitian yang dilakukan pada 180 mahasiswa di salah satu universitas di kota Surabaya mengenai kontrol diri saat berbelanja *online*. Hasilnya, para mahasiswa didapati memiliki kebiasaan impulsif saat berbelanja *online* oleh karena memiliki tingkat kontrol diri yang rendah. Hal ini memperjelas alasan mengapa seorang penggemar akan rela menghabiskan uang untuk membeli segala sesuatu yang berkaitan dengan selebriti idolanya.

Berdasarkan pemaparan di atas, diketahui *subjective well-being* dapat dipengaruhi oleh beberapa hal, diantaranya adalah perilaku *celebrity worship* yang pada tahap sedang (*intense personal*) dan pada tahap ekstrim (*borderline pathological levels*), serta kontrol diri yang rendah terutama

pada kalangan dewasa awal. Berdasarkan fenomena di atas, peneliti memutuskan melakukan penelitian untuk mengetahui apakah ada pengaruh perilaku *celebrity worship* dan kontrol diri terhadap *subjective well-being* pada kalangan dewasa awal.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah perilaku *celebrity worship* berpengaruh terhadap *subjective well-being* pada dewasa awal?
2. Apakah kontrol diri berpengaruh terhadap *subjective well-being* pada dewasa awal?
3. Apakah perilaku *celebrity worship* dan kontrol diri secara simultan berpengaruh terhadap *subjective well-being* pada dewasa awal?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh perilaku *celebrity worship* terhadap *subjective well-being* pada dewasa awal?
2. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh kontrol diri terhadap *subjective well-being* pada dewasa awal?
3. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh perilaku *celebrity worship* dan kontrol diri secara simultan terhadap *subjective well-being* pada kalangan dewasa awal?

D. Manfaat Penelitian

1. Teoritis

Penulis berharap hasil penelitian ini dapat menambah kajian dalam dunia psikologi sosial mengenai pengaruh perilaku *celebrity worship* dan kontrol diri terhadap *subjective well-being* pada kalangan dewasa awal.

Selain itu, penulis juga berharap hasil penelitian ini juga mampu memberikan masukan secara teoritis mengenai peran kontrol diri terhadap *subjective well-being* guna untuk meminimalisir perilaku *celebrity worship* serta meningkatkan tingkat *subjective well-being* pada diri.

2. Praktis

a. Dewasa awal

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sebuah metode rancangan modifikasi perilaku untuk meningkatkan kontrol diri terhadap perilaku obsesif dan kompulsif yang ditimbulkan oleh perilaku *celebrity worship* agar individu dapat meningkatkan tingkat *subjective well-being*.

b. Komunitas Penggemar

Penelitian ini diharapkan dapat mengubah sistem organisasi komunitas-komunitas penggemar yang memberi dukung dan mengharuskan anggotanya bertindak terlalu fanatik seperti melakukan aksi masa, dan berbelanja kompulsif untuk idola yang digemari.