



Gambaran Perilaku Fanatisme Pada Remaja Putri Pecinta K-Pop Di Kota Medan

Description Of Fantastic Behavior on Teenage Girl of K-Pop Lovers in Medan City

Ade Rizka Kosumawardani^(1*) & Khairuddin⁽²⁾
Fakultas Psikologi, Universitas Medan Area, Indonesia

*Corresponding author: aderizka56@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan secara detail terkait gambaran perilaku fanatisme pada remaja putri pecinta K-Pop di kota Medan. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah remaja putri dengan usia 12-18 tahun yang berjumlah 454 orang, dan sampel yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 91 orang. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *sampling purposive*. Pengumpulan data menggunakan Skala *Likert* yang disebarluaskan melalui *google form*. Teknik analisis data menggunakan teknik stastistik deskriptif dengan menghitung presentase data dari setiap aspek, kemudian menginterpretasi skor presentasi data dan menganalisis setiap aspeknya secara mendalam. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa fanatisme pada remaja putri di kota Medan, memiliki presentasi terbesar dalam hal Aspek Besarnya Minat dan Kecintaan Pada Suatu Kegiatan sebesar 44,89 atau 49% dan yang memiliki persentase terendah yaitu Aspek Dukungan orang tua sebesar 5,62 atau 6%.

Kata Kunci: Fanatisme; Remaja Putri; Pecinta K-Pop.

Abstract

This study aims to explain in detail the description of fanaticism behavior in young women who love K-Pop in the city of Medan. The method used in this study is a quantitative method. The population in this study were young women aged 12-18 years, amounting to 454 people, and the sample used in this study amounted to 91 people. The sampling technique in this study used a random sampling technique. Data collection uses a Likert Scale which is distributed via google form. The data analysis technique used descriptive statistical techniques by calculating the percentage of data from each aspect, then interpreting the data presentation scores and analyzing each aspect in depth. The results of this study indicate that fanaticism in young women in the city of Medan has the largest presentation in terms of the Aspect of Amount of Interest and Love in an Activity of 44.89 or 49% and the lowest percentage is the Aspect of Parental Support of 5.62 or 6%.

Keywords: terdiri Fanaticism; Teenage Girl; K-Pop Lovers.

How to Cite: Korusmawardani, Ade Rizka & Khairuddin, Khairuddin., 2022, Gambaran Perilaku Fanatisme Pada Remaja Putri Pecinta K-Pop Di Kota Medan, *Jurnal Social Library*, 2 (2): 37-42.

PENDAHULUAN

Perkembangan musik dan *trend* yang terjadi saat ini, tidak terlepas dari pengaruh globalisasi. Seperti hal nya *K-Pop* (Korean Pop), dimana begitu banyak dari penggemarnya adalah kaum wanita dan khususnya usia remaja.

Berdasarkan informasi CNN, Indonesia menempati urutan ketiga di pasar K-Pop dalam perihal pencarian data tentang idola lewat media sosial, spesialnya *Twitter*. Sedangkan bagi *Google Trends*, Indonesia menempati peringkat ke- 6 dalam lintas global dalam hal K-pop. Serta bagi sebutan “*Korean Wave*”, Indonesia menempati urutan ke- 7 dunia. Sebutan *Hallyu* sendiri ialah sebutan buat menggambarkan gelombang pecinta Korea (Yoon & Yong, 2017).

Kejadian itu sendiri mungkin terjadi diakibatkan oleh pesatnya pertumbuhan ataupun skala perdagangan dunia yang didukung oleh teknologi serta aplikasi yang membuat data ataupun akses jadi lebih gampang (Luskha, 2009). Bagi *Korean Culture and Information* (KOCIS, 2011), kurang lebih 66% penggemar K-Pop merupakan remaja putri, serta dewasa awal berumur 20-an, 18% berumur 30-an, 8% berumur 40-an, 6% berumur 50 serta 2% berumur diatas 60 tahun (Juwita, 2018).

Di masa popularitas K-Pop dikala ini, mampu mempengaruhi para remaja putri untuk memastikan idola mana yang hendak jadi panutannya. Masa remaja putri ialah masa transisi dari masa anak-anak ke masa berusia yang mengaitkan pergantian dalam aspek biologis, kognitif serta social (Sunrock, 2003). Masa remaja itu sendiri dibagi jadi 2 sesi, ialah remaja dini pada umur 10-13 ataupun 17 tahun serta remaja akhir pada umur 16 ataupun

17-18 tahun (Hurlock, 2003). *Juvenile* sendiri merupakan masa remaja dalam bahasa aslinya serta berasal dari bahasa latin yang berarti “berkembang ataupun berkembang jadi berusia” (Sarwono, 20163).

Dilihat dari formasi penggemar K-Pop, ini dapat membuat mereka sangat mengagumi *boyband* ataupun *girlband* kesukaan mereka. Oleh sebab itu, mereka membentuk perilaku fanatik terhadap idola masa depan. Fanatisme merupakan keyakinan pada diri sendiri yang berhubungan dengan objek-objek fanatik yang berhubungan dengan cara berlebihan. Bagi Seregin et al (2011), fanatisme ialah fenomena yang sangat berarti dalam budaya kontemporer ataupun dalam kenyataan individu serta sosial. Ini sebabnya budaya saat ini mempunyai pengaruh besar terhadap orang-orang serta tercermin di dalam dirinya. Ikatan ini menghasilkan semacam uraian dalam wujud keyakinan, komitmen, pengabdian, serta lain-lain.

Hasil survei yang telah dilakukan oleh (Thahira, 2020) penggemar K-Pop bisa menghabiskan 9-20 juta per tahun hanya untuk idola mereka, dan data itu sendiri berasal dari penggemar Blackpink, BTS, dan Twice. Dimana para penggemar BTS mampu menghabiskan 1.422\$ dolar (sekitar 20 juta rupiah) hanya untuk membeli 15 album BTS, 5 tiket konser, dan berbagai barang yang berhubungan dengan BTS. Begitu pun yang pernah terjadi pada tahun 2020, dimana fans Kang Daniel yang berasal dari Indonesia membuat heboh twitter karena telah membelikan sebidang tanah dengan luas 5 meter di Skotlandia. Dimana, tanah tersebut di berikan khusus untuk hadiah ulang tahun Kang Daniel saat itu (Intan & detiktravel, 2020).

Menurut sebuah studi oleh Kumparan.com, pada tahun 2017 sebesar 56% penggemar K-Pop mencari informasi idola favorit mereka melalui media sosial adalah 15 jam. 28% orang dapat menghabiskan 6 jam ekstra hanya untuk memeriksa jejaring sosial yang menampilkan berbagai informasi tentang idola mereka.



Gambar 1. survei waktu yang dihabiskan penggemar untuk memantau idolnya.

Salah satu contohnya dapat dilihat dari petikan wawancara yang telah peneliti lakukan terhadap seorang fans NTC yaitu NTCzen sebelum melakukan penelitian ini.

"Saya biasanya membuka aplikasi Vlive, aplikasi streaming yang didekarikan untuk idola K-pop. Dan jumlah waktu yang dapat Anda habiskan untuk menonton streaming bisa menjadi 23 jam. Dan aku senang bisa melihat grup idola favoritku, NCT." (wawancara tanggal 12 Desember 2020).

Fanatisme dapat mengubah perilaku seseorang dengan mendukung suatu perilaku yang efektif dan gaya hidup yang konsisten, ditandai dengan minat pada boyband (faktor budaya), partisipasi kolektif dalam kegiatan komunitas, dan loyalitas diri. Menonton konser dan sebagainya. Seperti halnya yang baru-baru saja terjadi, dimana BTS dan McDonald's bekerjasama untuk menghasilkan produk berupa *BTS Meal* pada tahun 2021.

Antusiasme ARMY yang meledak-ledak terhadap produk ini dan persaingan untuk memposting di sosial media mereka.

Dampak yang mungkin dapat terjadi bagi remaja yang berperilaku fanatisme terhadap K-Pop baik dari sisi positif adalah sebagai berikut:

1. K-Pop menjadi inspirasi dunia *fashion* saat ini
2. Mengetahui citra dirinya
3. Dampak sosial dan mandiri
4. Dapat memotivasi dan semangat

Untuk dampak negatif dari perilaku fanatisme terhadap remaja pecinta K-Pop:

1. Sikap fans yang berlebihan
2. Berpotensi berperilaku fanatisme
3. Timbulnya sikap peniruan terhadap citra diri yang berlebihan
4. Konformitas
5. Membuang waktu dan uang dengan sia-sia, dan sebagai nya (Putri et al., 2020).

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mengatakan jika fanatisme merupakan sesuatu kepercayaan (keyakinan) yang sangat berlebihan terhadap ajaran (politik, agama, serta sebagainya). Sebaliknya fanatik merupakan teramat kokoh keyakinan (kepercayaan) terhadap ajaran (politik, agama, serta sebagainya) (Suharto & Iryanto Tata, 2004). Bagi Chaplin (Chaplin, 2018) fanatisme merupakan satu perilaku penuh semangat yang melampaui batas terhadap satu segi pemikiran ataupun satu sebab.

Menurut Robles (Robles, 2013) fanatisme dapat dijelaskan sebagai ketaatan yang penuh gairah, tidak ada tujuan, antusiasme yang berlebihan atau monomania yang berlebihan dengan keras kepala, sembarangan, atau agresif. Menurut Goddard (Damasta & Dewi, 2020), Fanatisme adalah semacam

pemikiran atau keyakinan yang ingin mengarah pada hal-hal yang positif atau negatif. Kepercayaan ini tidak memiliki landasan teoritis, tetapi sangat diterima oleh individu. Objek ini dapat mencakup merek, produk, acara TV, dan aktivitas konsumen lainnya.

Aspek-aspek fanatisme menurut Goddard (Manuaba & Supriyadi, 2018) adalah :

- a) Besarnya minat dan kecintaan pada suatu kegiatan
- b) Antusiasme dalam suatu kegiatan tertentu adalah hal wajar, fanatisme sendiri akan membuat seseorang meningkatkan bentuk dukungan untuk Idola atau Group favoritnya.
- c) Sikap pribadi maupun kelompok terhadap kegiatan tertentu. Karena perilaku pribadi seperti itulah menjadi jiwa dan awal untuk berusaha mendukung sesuatu, dalam hal ini yang berkaitan dengan Group favoritnya.
- d) Lama seseorang terlibat dalam suatu kegiatan, jika ada kecintaan terhadap apa yang telah dilakukan, yaitu adalah rasa senang, cinta dan bangga dengan aktivitasnya, maka segala sesuatu akan bernilai dan bermakna.
- e) Dukungan dari keluarga

Dukungan dari orang terdekat dapat mempengaruhi seseorang dalam bidang kegiatannya. Tidak hanya itu, dukungan dari keluarga juga sangat mempengaruhi akan munculnya fanatisme.

METODE

Berdasarkan fenomena diatas, penelitian ini menggunakan metode kurang-

titatif. Penelitian yang dilakukan dengan metode kuantitatif menekankan pada analisis data numerik (bilangan) yang diolah dengan metode statistik (Sugiyono, 2012). Sedangkan dari segi desain, penelitian ini menggunakan desain deskriptif, yaitu setelah data diolah, langkah selanjutnya adalah mendeskripsikannya secara deskriptif. Desain untuk menggambarkan bagaimana menjelaskan perilaku fanatisme terhadap remaja putri yang mencintai K-Pop. Populasi dari penelitian ini adalah anggota *grup* fandom yang berjumlah 454 orang dengan sampel berjumlah 91 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Teknik Purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel non-random dengan menentukan karakteristik tertentu sesuai dengan tujuan penelitian. Alasan mengambil *purposive sampling* karena menurut Sugiyono (2016) teknik ini digunakan untuk menentukan sampel penelitian dengan berdasarkan tujuan, agar data yang diperoleh nantinya lebih *representative* (mewakili).

Penelitian ini menggunakan Model Skala *Likert*. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu tentang fenomena (Sugiyono, 2013). Format *likert* dengan 4 (empat) alternatif. Sistem penilaian (*favourable*), dan (*unfavourable*). Semua pernyataan dalam empat kategori jawaban, masing-masing pernyataan terdiri atas 4 pilihan jawaban. Untuk butir *favourable*, Sangat Setuju (SS) diberi nilai 4, Setuju (S) diberi nilai 3, Tidak Setuju (TS) diberi nilai 2, dan Sangat Tidak Setuju (STS) diberi nilai 1. Sedangkan untuk item *Unfavourable*, maka penilaian yang diberikan untuk jawaban Sangat Setuju (SS) diberi nilai 1,

Setuju (S) diberi nilai 2, Tidak Setuju (TS) diberi nilai 3, dan Sangat Tidak Setuju (STS) diberi nilai 4. Skala dalam penelitian ini adalah berdasarkan aspek-aspek fanatisme menurut Goddard (2001):

- a) Besarnya minat dan kecintaan pada suatu kegiatan.
- b) Sikap pribadi maupun kelompok terhadap kegiatan tertentu.
- c) Lama seseorang terlibat dalam suatu kegiatan.
- d) Lama seseorang terlibat dalam suatu kegiatan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sesuai data uji validitas dan reliabilitas skala fanatisme ada lima item dari 34 item yaitu nomor 12, 15, 16, 33, dan 34 dinyatakan gugur sebab nilai validitasnya adalah *Corrected Item-Total Correlation* $<0,300$. Dan 29 item lainnya dinyatakan valid karena skor yang valid adalah *Corrected Item-Total Correlation* $> 0,300$.

Setelah diketahui item yang valid, maka dilakukan uji normalitas dengan menggunakan Tes *Kolmogorov Smirnov*. Sesuai analisis yang sudah dilakukan diketahui bahwa data penelitian dengan alat ukur fanatisme adalah normal. Standar untuk memilih apakah data tersebut normal, Jika $p>0,05$ maka distribusi dinyatakan normal, sebaliknya Jika $p<0,05$ maka distribusi dinyatakan abnormal (Hadi, 2004). Berikut ringkasan hasil uji normalitas yang dapat ditinjau pada tabel.

Tabel 1. Rangkuman Hasil Perhitungan Uji Normalitas Sebaran

Variabel	Mean	SD	K-S	Sig	Keterangan
Fanatisme	92,85	11,1	1,06	0,08	Normal
	31	8		7	

Kriteria P (sig) $> 0,05$ maka dinyatakan sebaran normal

Dikatakan terdistribusi normal Jika $p>0,05$. Uji *Kolmogorov-Smirnov* mene-

mukan bahwa variabel fanatisme menunjukkan distribusi normal dengan nilai $K-S = 1,068$ dengan $p = 0,087$ atau $p > 0,05$.

Berikut hasil perhitungan analisis deskriptif fanatisme dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 2. Rangkuman Hasil Analisis Deskriptif Fanatisme

No	Aspek-Aspek	Nilai Rata-Rata	Persen
1.	Aspek Besarnya Minat dan Kecintaan Pada Suatu Kegiatan	44,89	48%
2.	Aspek Sikap pribadi maupun kelompok terhadap kegiatan tertentu	26,07	28%
3.	Aspek Lama Seseorang terlibat dalam suatu kegiatan	16,25	18%
4.	Aspek Dukungan orang tua	5,63	6%
	Total	92,84	100%

Sesuai hasil analisis deskriptif fanatisme remaja putri pecinta K-Pop di kota Medan, nilai rata-rata untuk aspek besarnya minat serta kecintaan ialah 44,89 atau 48%, nilai rata-rata untuk aspek sikap pribadi maupun kelompok terhadap kegiatan tertentu ialah 26,07 atau 28%, nilai rata-rata dari aspek lama waktu seseorang terlibat pada suatu kegiatan ialah 16,25 atau 18%, nilai rata-rata dari aspek dukungan orang tua ialah 5,63 atau 6%.

SIMPULAN

Sesuai hasil analisis deskriptif fanatisme pada remaja putri di kota Medan didapatkan nilai rata-rata Aspek Besarnya Minat dan Kecintaan pada suatu kegiatan sebanyak 44,89 atau 49%, nilai rata-rata Aspek sikap pribadi maupun kelompok Terhadap kegiatan tertentu sebanyak 26,07 atau 28. nilai rata-rata Aspek lama seseorang Terlibat dalam Suatu kegiatan sebanyak 16,25 atau 18% serta rata-rata Aspek Dukungan Orang Tua sebanyak 5,62 atau 6%.

Dari hasil analisis tadi diketahui siapa yang mempunyai persentase

tertinggi yaitu, nilai rata-rata dari Aspek Minat dan Kecintaan pada Suatu kegiatan ialah 44,89 atau 49%, serta yg memiliki persentase terendah ialah Aspek Dukungan Orang Tua 5,62 atau 6%.

DAFTAR PUSTAKA

Anam, H. C., & Supriyadi, D. (2018). Hubungan Fanatisme Dan Konformitas Terhadap Agresivitas Verbal Anggota Komunitas Suporter Sepak Bola di Kota Denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana*, 5(01), 132. <https://doi.org/10.24843/jpu.2018.v05.i01.p13>

Chaplin, P. J. (2018). *Kamus Lengkap Psikologi* (ke-7).

Damasta, G. A., & Dewi, D. K. (2020). Hubungan Antara Fanatisme Dengan Perilaku Konsumtif Pada Fans Jkt48 di Surabaya. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 07(04), 13–18. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/character/article/view/36343>

Eliani, J., Yuniardi, M. S., & Masturah, A. N. (2018). Fanatisme dan Perilaku Agresif Verbal di Media Sosial pada Penggemar Idola K-Pop. *Psikohumaniora: Jurnal Penelitian Psikologi*, 3(1), 59. <https://doi.org/10.21580/pjpp.v3i1.2442>

Intan, P., & detiktravel. (2020). Rayakan Ultah Kang Daniel, Fan Indonesia Beli Tanah di Skotlandia. <Https://Travel.Detik.Com/Travel-News/>. https://travel.detik.com/travel-news/d-5291108/rayakan-ultah-kang-daniel-fan-indonesia-beli-tanah-di-skotlandia?_ga=2.250862022.1591363179.1646108091-333574254.1646108089

Juwita, S. H. (2018). Tingkat fanatisme penggemar k-pop dan kemampuan mengelola emosi pada komunitas EXO-L di kota yogyakarta. *Jurnal Riset Mahasiswa Bimbingan Dan Konseling*, 4(7), 273–286. <http://journal.student.uny.ac.id/ojs/ojs/index.php/fipbk/article/view/12568>

Kumparan.com. (2017). *Fanatisme Fans K-Pop: Candu dan Bumbu Remaja* | kumparan.com. Kumparan.Com. <https://kumparan.com/kumparank-pop/survei-penggemar-k-pop-bisa-habiskan-rp-20-juta-per-tahun-untuk-idolanya-1u1F3Rzl6F/full>

Kurniasari, L. (2013). *Fanatisme terhadap snsdi kalangan anggota komunitas soshi fans java (Studi Etnografi Tentang Fanatisme di Kalangan Anggota Komunitas Soshi Fans Java Terhadap Girlband SNSD)*. 182. <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/18579/fanatisme-terhadap-snsd-di-kalangan-anggota-komunitas-soshi-fans-java-studi-etnografi-tentang-fanatisme-di-kalangan-anggota-komunitas-soshi-fans-java-terhadap-girlband-snsd.html>

Manuaba, I. B. R. R., & Supriyadi, D. (2018). Hubungan Fanatisme Kelompok dengan Perilaku Agresi pada Anggota Organisasi Kemasyarakatan. *Jurnal Psikologi Udayana*, 5(2), 460. <https://doi.org/10.24843/jpu.2018.v05.i02.p16>

Nurdin, W. (2017). *Dua Fans di Indonesia Dikabarkan Mencoba Bunuh Diri Usai Jonghyun Shinee Meninggal, Kisahnya Viral!* <Https://Www.Tribunnews.Com/>. <https://www.tribunnews.com/seleb/2017/12/20/dua-fans-di-indonesia-dikabarkan-mencoba-bunuh-diri-usai-jonghyun-shinee-meninggal-kisahnya-viral?page=4>

Putri, L. A., Islam, U., Sultan, N., Kasim, S., & Info, A. (2020). Dampak Korea Wave Terhadap Prilaku Remaja. *E-Journal Uin, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*, 3(1), 42–48. <http://ejournal.uin.suska.ac.id/index.php/alittizaan>

Rianingsih, C., Wulan, R. R., & Malau, R. M. U. (2019). Fanatisme Fans Perempuan Dalam Mendukung Klub Sepakbola Manchester United (Studi Kasus Pada United Babes of Bandung). *KAREBA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(1), 188–194. <http://journal-old.unhas.ac.id/index.php/kareba/article/view/8901>

Robles, U. M. (2013). *Fanaticism In Psychoanalysis Upheavals* (C. Williamson (ed.); revisi). The Studio Publishing Services.

Sarwono, W. S. (20163). *Psikologi Remaja* (ke-18). Rajawali Pers.

Sugiyono, D. P. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.

Thahira. (2020). *Survei: Penggemar K-Pop Bisa Habiskan Rp 20 Juta per Tahun untuk Idolanya*. <Https://kumparan.com/kumparank-pop/survei-penggemar-k-pop-bisa-habiskan-rp-20-juta-per-tahun-untuk-idolanya-1u1F3Rzl6F/full>

Yoon, T.-J., & Yong, J. D. (2017). *The Korean Wave: Evolution, Fandom, and Transnationality*.