

TINGKAT FANATISME PENGGEMAR *K-POP* DAN KEMAMPUAN MENGELOLA EMOSI PADA KOMUNITAS EXO-L DI KOTA YOGYAKARTA

PERCENTAGE OF K-POP FANS' FANATICISM AND MANAGING EMOTION ABILITY OF EXO-L COMMUNITY IN YOGYAKARTA

Oleh: Sufi Hindun Juwita, Bimbingan dan Konseling, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Yogyakarta, sufijuwita96@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan: (1) mengetahui tingkat fanatisme penggemar *K-Pop*, dan (2) mengetahui tingkat kemampuan mengelola emosi Komunitas EXO-L di Kota Yogyakarta. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif menggunakan metode survei. Subyek dalam penelitian ini adalah anggota komunitas EXO-L Yogyakarta yang berjumlah 140 orang. Data penelitian diperoleh menggunakan skala fanatisme penggemar *K-Pop* dan skala kemampuan mengelola emosi. Uji validitas instrumen menggunakan validitas konstruk dengan *expert judgment*, sedangkan uji skala reliabilitas instrumen menggunakan rumus *Alpha Cronbach*. Hasil uji reliabilitas pada skala fanatisme penggemar *K-Pop* diperoleh nilai koefisien sebesar 0,872 dan skala kemampuan mengelola emosi diperoleh nilai koefisien sebesar 0,845. Teknik analisis data yang digunakan adalah statistik deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) tingkat fanatisme *K-Pop* pada komunitas EXO-L Yogyakarta termasuk kategori sedang (89%), (2) tingkat kemampuan mengelola emosi pada komunitas EXO-L Yogyakarta termasuk kategori sedang (81%).

Kata kunci: fanatisme, *K-Pop*, kemampuan mengelola emosi

Abstract

The aims of this research were: (1) to know the fanaticism percentage of K-Pop fans; and (2) to know the percentage of managing emotion ability of EXO-L community in Yogyakarta. This research was quantitative description research by using survey method. The participants of this research were 140 members of EXO-L Yogyakarta. This research data was obtained by using K-pop fans' fanaticism scale and managing emotion ability scale. The instruments' validity test used construct validity by expert judgement. Meanwhile, the instruments' reliability scale test used Alpha Cronbach. Reliability test result on fanaticism scale fan K-Pop obtained coefficient 0,872 and on managing emotion ability scale obtained coefficient 0.845. Descriptive statistic analisis technique was used to test this research hypothesis. The result of this research showed that: (1) the percentage of K-pop fanaticism of members majority included into standart category (89%); (2) the percentage of managing emotion ability of members majority included into standart category (81%).

Keywords: fanaticism, K-Pop, emotion management skill

PENDAHULUAN

Budaya pop atau budaya populer merupakan efek dari globalisasi dan berkaitan dengan masalah sehari-hari seperti *superstar*, *fashion*, transportasi, gaya hidup, dan sebagainya yang dapat dinikmati oleh semua orang atau kalangan tertentu (Soraya, 2013: 4). Bentuk atau karya yang dihasilkan oleh budaya pop antara lain seperti musik, film, acara televisi, novel, drama, *fashion* dan gaya hidup.

Budaya pop yang saat ini sangat populer dan banyak digemari masyarakat khususnya remaja adalah budaya *Korean Pop* atau sering disebut *K-Pop*.

Indonesia pun tak lepas dari gempuran virus *K-Pop* ini. Budaya *K-Pop* awalnya hanya mengacu pada musik pop dari Korea Selatan, namun seiring berkembangnya zaman budaya *K-Pop* semakin meluas, bukan hanya musik tapi juga film, drama, *variety show*, bahasa dan

kebudayaan Korea. Akulturasi budaya Indonesia dan budaya Korea pertama kali masuk ke Indonesia pada acara *Korea-Japan World Cup* 2002 yang berakhir dengan masuknya Korea sebagai kekuatan empat besar dunia dalam hal persepakbolaan. Hal tersebut semakin membuat nama Korea mendunia dan beberapa televisi swasta di tanah air bersaing untuk menayangkan film-film maupun drama-drama Korea (Amrullah & Lestari, 2016: 3976). Budaya *K-Pop* tersebut langsung populer di Indonesia dan mendapat banyak penggemar.

Fenomena *K-Pop* yang meluas ini tentu saja menimbulkan dampak bagi masyarakat Indonesia khususnya para penggemar *K-Pop* yang biasa disebut *K-Popers* (*K-Pop Lovers*) atau pecinta *K-pop*. Dampak yang bisa dilihat antara lain banyak munculnya rumah makan yang bernuansa Korea dan lembaga-lembaga kursus Bahasa Korea. Rumah makan Korea yang ada di Yogyakarta antara lain, Hanbingo, Dae Jang Geum, Sarangui Oppa, Jumbo Sikdang, Sorae dan masih banyak lagi. Fungsi dari rumah makan Korea tersebut selain menjadi tempat makan juga biasa digunakan untuk *gathering* atau berkumpul komunitas *K-Pop*.

Komunitas *K-Pop* di Yogyakarta terdiri dari dua macam komunitas, yaitu komunitas *dance cover* dan komunitas *fans* atau biasa disebut *fandom*. Komunitas *dance cover* berisi para penggemar *K-Pop* yang meniru tarian dan gerakan yang sudah ada dan dilakukan oleh idolanya. Komunitas *dance cover* di Yogyakarta sendiri memiliki grup di Facebook sebagai wadah untuk saling bertukar informasi, *open requirement* member, dan membagi video hasil

cover dari berbagai tim (kapanlagi.com diakses pada 30 Januari 2018). Komunitas lain yang juga ada di Yogyakarta adalah komunitas *fandom* yaitu komunitas penggemar yang mengidolakan *girlband* atau *boyband K-Pop*. Beberapa komunitas tersebut antara lain Shawol, ELF, Army, EXO-L, Inspirit, VIP, Sone dan masih banyak lagi.

Peneliti memilih komunitas *fandom* EXO-L sebagai subjek penelitian karena komunitas ini merupakan komunitas yang aktif dan memiliki banyak anggota, selain itu EXO-L juga terkenal dengan kekompakan dan totalitas dalam mendukung *boyband* EXO. Komunitas EXO-L Yogyakarta berdiri pada tanggal 2 Mei 2012 dan mempunyai anggota sekitar 140 orang. EXO-L merupakan komunitas *fans* dari *boyband* EXO, kepanjangan dari nama EXO-L yaitu EXO *Love* yang memiliki makna orang-orang yang berarti dan dicintai EXO. Kegiatan komunitas EXO-L Yogyakarta ini beragam, mulai dari *gathering*, menonton bersama CD konser atau video EXO, datang bersama ke acara-acara *K-Pop*, sampai merayakan ulang tahun member EXO lengkap dengan kue, balon dan hiasan ulang tahun.

Observasi awal yang telah dilakukan oleh peneliti pada komunitas EXO-L Yogyakarta menunjukkan bahwa sebanyak 80.9% dari anggota berusia remaja kisaran 12-24 tahun. Sebanyak 87.9% dari anggota menyukai *K-Pop* dan mengidolakan idolanya lebih dari satu tahun, dan lebih dari 57% dari anggota rela menggunakan uang, waktu, tenaga demi artis *K-Pop* idolanya. Data hasil observasi awal juga menunjukkan bahwa sekitar 39% dari

anggota merasa sedih dan kecewa ketika artis *K-Pop* idolanya dikabarkan berpacaran atau menikah, dan sekitar 90% dari anggota merasa marah dan tidak terima ketika idolanya dihina atau dijelek-jelekkan oleh *haters* atau *fans* dari artis lain. Data observasi awal yang didapatkan oleh peneliti menunjukkan bahwa mayoritas anggota komunitas EXO-L memiliki ketertarikan yang kuat terhadap *K-Pop*.

Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh *Korean Culture and Information Service* (KOCIS) kepada penggemar *K-Pop* menyatakan bahwa, sekitar 66% penggemar *K-Pop* berada di usia remaja dan dewasa awal usia 20 tahunan, 18% penggemar berusia 30 tahunan, 8% berusia 40 tahunan, 6% berusia 50 tahunan dan 2% berusia di atas 60 tahun (KOCIS, 2011: 27). Hasil penelitian tersebut juga sesuai dengan hasil yang didapatkan peneliti bahwa mayoritas *K-Poppers* dan anggota komunitas EXO-L adalah remaja.

Remaja dalam bahasa aslinya disebut *adolescence*, berasal dari bahasa Latin *adolescere* yang artinya “tumbuh atau tumbuh untuk mencapai kematangan” (Ali, 2008: 9). Remaja juga bisa disebut sebagai masa pencarian jati diri dan mengalami paling banyak fase “topan dan badai” dalam kehidupannya, namun pada usia remaja juga merupakan fase perkembangan yang potensial baik dari segi kognitif, emosi, maupun fisik. Pada masa remaja terjadi ketegangan emosi yang menggambarkan keadaan emosi yang tidak menentu, tidak stabil dan meledak-ledak.

Emosi yang dimiliki oleh remaja mudah meninggi, terutama karena begitu banyak

pengaruh dari sosial dan kurangnya persiapan diri untuk menghadapi kondisi baru. Ketegangan emosi yang meningkat sering nampak pada remaja dalam bentuk lekas marah, berlebihan dalam menyukai atau membenci sesuatu, suka menyendiri, mudah gelisah, cemas, labil dan sentimen. Pada usia remaja juga terjadi perkembangan emosi cinta yang dialami, dalam tahapan perkembangan emosi cinta, remaja akan mengalami tahap *Crush* dan *Hero Worshipping*, yaitu remaja mulai memuja orang lain yang lebih tua, baik sesama jenis (*crush*) atau lawan jenis (*hero worshipping*) yang umumnya berjarak jauh (Izzaty, dkk., 2013: 133-134).

Setiap manusia memiliki rasa dan emosi, emosi adalah perasaan intens yang tunjukkan kepada seseorang atau sesuatu, emosi juga dapat dikatakan reaksi terhadap seseorang atau suatu kejadian (Robbins, 2008: 308). Menurut Stephen P. Robbins (2008: 335) kemampuan mengelola emosi adalah kemampuan individu dalam mengenali dan mengubah emosi yang dirasakan. Kemampuan mengelola emosi dapat dilakukan dengan cara seperti memikirkan hal-hal yang menyenangkan, mengalihkan perhatian atau melakukan relaksasi. Kemampuan mengelola emosi juga termasuk dalam bidang bimbingan konseling pribadi. Bidang tersebut memberikan pelayanan bimbingan dan konseling dalam membantu individu untuk menemukan dan mengembangkan pribadi yang mandiri, mampu menyelesaikan masalah pribadi dan mampu mengelola emosi dengan baik. Bimbingan ini merupakan layanan yang mengarah pada pencapaian pribadi yang seimbang dengan mempertahankan keunikan

karakteristik pribadi serta ragam permasalahan yang dialami oleh individu (Yusuf & Nurihsan, 2014: 11).

Aspek-aspek mengelola emosi menurut Gross (Al Habsyi, 2015: 14) adalah keyakinan individu untuk dapat mengatasi masalah, tidak terpengaruh oleh emosi negatif, dapat mengontrol emosi yang dirasakan dan menerima suatu peristiwa yang menimbulkan emosi negatif. Berdasarkan aspek-aspek tersebut dapat dikaitkan dengan kondisi remaja yang menggemari *K-Pop* saat ini. Para *K-popers* remaja cenderung memuja idolanya dengan alasan tertentu bahkan sampai menjadikan idolanya itu panutan. Sikap para *K-Popers* remaja yang memuja idolanya secara berlebihan dibuktikan dengan rela menghabiskan waktu untuk mengakses internet hanya untuk melihat idolanya, menghabiskan banyak uang untuk membeli tiket konser atau barang-barang yang berkaitan dengan idolanya, dan selalu berusaha untuk mengetahui keadaan idolanya.

Sikap para *K-Popers* tersebut juga didukung oleh respon dan timbal balik yang positif dari para artis *K-Pop* itu sendiri, seperti mengadakan *fansign* untuk bisa lebih dekat dengan penggemar, berinteraksi lewat media sosial, menulis surat cinta untuk penggemar dan bahkan membuat sebuah lagu khusus untuk para penggemarnya. Hal ini juga disampaikan oleh beberapa anggota komunitas EXO-L bahwa timbal balik dan dukungan yang idola tersebut lakukan semakin membuat *K-Popers* mencintai dan mendukung idolanya. Melalui budaya *K-Pop*, komunitas penggemar *K-Pop* memahami dinamika budaya Korea. Pemahaman terhadap

budaya Korea kemudian melahirkan budaya baru dalam kelompok penggemar yang biasanya berwujud fanatisme sebagai hasil interaksi dengan budaya Pop Korea (Wijayanti, 2012: 3).

Menurut Lehtsaar (Marimaa, 2011: 31) seorang psikolog keagamaan dari University of Tartu, Estonia fanatisme merupakan suatu faham keyakinan dan pengabdian yang sangat kuat bahkan melebihi batas normal. Fanatisme melahirkan sikap fanatik, sehingga fanatisme adalah sebab dan fanatik adalah akibat. Winston Churchill (Tartila, 2013: 7) berpendapat bahwa seseorang yang fanatik tidak bisa atau sulit mengubah pemikiran dan pandangannya terhadap suatu subjek atau pokok materi. Fanatisme tentu akan muncul dalam komunitas-komunitas *K-Pop* dan berdampak pada pribadi anggota komunitas tersebut.

Fanatisme yang muncul dalam komunitas *K-Pop* dapat terlihat dalam berbagai sikap. Sikap fanatik menurut artikel Tempo antara lain, *K-Popers* mengikuti idola sampai ke toilet hanya untuk bisa mendapatkan foto atau video artis idola. Para *K-Popers* tersebut juga rela untuk menyamar sebagai laki-laki agar bisa masuk ke toilet. Para *K-Popers* fanatik juga banyak yang mengirimkan surat misterius dan mengerikan dengan darah yang menghiasi surat tersebut. Sikap lainnya yang ditunjukkan oleh kebanyakan remaja *K-Popers* adalah histeris dan anarkis ketika bertemu dengan idolanya, yang sering terjadi adalah *K-Popers* rela menunggu berjam-jam di bandara untuk melihat idolanya datang, dan selalu berebut untuk bisa lebih dekat dengan idolanya sampai menarik-narik, mencakar, bahkan hingga menampar idolanya,

selain itu memberikan hadiah yang fantastis juga dapat dikatakan sebagai sikap fanatik (seleb.tempo.co diakses pada 1 Februari 2018). Remaja *K-Popers* kurang menyadari bahwa sikap-sikap tersebut malah melukai dan membuat idolanya tidak nyaman. Hal ini juga berkaitan dengan perilaku yang nampak dalam tahap perkembangan emosi cinta yang dialami oleh remaja *K-Popers* pada tahap *Crush* dan *Hero Worshipping*.

Pemberian hadiah fantastis dari *K-Popers* kepada idolanya merupakan salah satu bentuk sikap fanatik yang terlihat, bahkan tak sedikit artis Korea yang menolak hadiah pemberian dari *fans* karena merasa terlalu berlebihan. Hadiah fantastis yang diberikan seperti memasang iklan di *subway station* Korea atau bahkan di *billboard* New York Time Square dengan biaya 600.000 USD untuk sekali pasang iklan (m.kwikku.com diakses pada 12 Januari 2018). Memasang iklan di *subway* atau *billboard* sudah menjadi hadiah yang biasa diberikan *fans* kepada idolanya untuk perayaan ulang tahun, debut, atau mendukung idola dalam program acara tertentu.

Anggota EXO yaitu Oh Sehun juga mendapatkan hadiah yang mewah dari penggemarnya, yaitu sebidang tanah di Pulau Skotlandia oleh EXO-L China di hari ulang tahunnya (creativedisk.com diakses tanggal 12 Januari 2018). Hadiah lain yang lebih fantastis dari *K-Popers* untuk idolanya adalah memberikan bintang. Para *K-Popers* sengaja membeli bintang dan menamai bintang tersebut dengan nama idolanya. Bintang yang diberikan pun bukan sembarang bintang karena sudah ada

titik koordinat tertentu, sehingga tidak akan bertumpuk dengan bintang lain yang sudah memiliki nama. Artis *K-Pop* yang mendapatkan hadiah bintang dari penggemarnya sudah terbilang banyak, seperti Joy Red Velvet, Henry Super Junior, Jonghyun SHINee, NCT dan masih banyak lagi. Sertifikat kepemilikan bintang tersebut kemudian diserahkan kepada artis *K-Pop* idolanya (inikpop.com diakses pada 12 Januari 2018).

Sikap fanatik yang telah diuraikan sebelumnya merupakan bukti bahwa kebanyakan *K-Popers* mendukung dan mengidolakan idolanya secara berlebihan. Fakta yang lebih mengejutkan yaitu ada salah satu Shawol (nama *fans* SHINee) asal Indonesia yang mencoba bunuh diri setelah mengetahui idolanya Kim Jonghyun, salah satu member *boyband* SHINee bunuh diri karena depresi pada tanggal 18 Desember 2017 lalu (tabloidbintang.com dikases tanggal 20 Desember 2017). Berita tersebut menyebabkan kesedihan yang mendalam bagi *K-Popers* seluruh dunia, khususnya Shawol. Hal tersebut menunjukkan bahwa fanatisme ada dalam komunitas-komunitas *K-Pop* tak terkecuali komunitas EXO-L dan dapat dilihat juga bagaimana kemampuan individu dalam mengelola emosinya.

Berdasarkan fenomena yang diuraikan sebelumnya maka peneliti tertarik untuk meneliti dan mengidentifikasi fanatisme penggemar *K-Pop* dan kemampuan dalam mengelola emosi pada komunitas EXO-L di Kota Yogyakarta.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif deskriptif dengan metode survei. Penelitian kuantitatif deskriptif merupakan bentuk penelitian untuk mendapatkan informasi data yang luas dari suatu populasi atau sampel tertentu mengenai fenomena-fenomena kegiatan pendidikan, pembelajaran, implementasi kurikulum, jenjang, dan satuan pendidikan yang terjadi saat ini dengan analisis data yang bersifat statistik (Sukmadinata, 2015: 65).

Metode survei merupakan bagian dari penelitian kuantitatif deskriptif. Penelitian survei adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan pertanyaan terstruktur/sistematis yang sama kepada banyak orang, untuk kemudian seluruh jawaban yang diperoleh peneliti dicatat, diolah, dan dianalisis (Prasetyo & Jannah, 2012: 143). Menurut Morissan, dkk. (2012: 166) menjelaskan bahwa penelitian survei bisa dibagi ke dalam dua kategori, yaitu survei deskriptif dan survei analitis. Survei deskriptif berupaya menjelaskan atau mencatat kondisi atau sikap untuk menjelaskan apa yang ada saat ini. penelitian ini sesuai dengan variabel yang digunakan oleh peneliti dalam mengungkap atau mengidentifikasi fanatisme penggemar *K-Pop* dan kemampuan mengelola emosi individu anggota komunitas EXO-L di Kota Yogyakarta.

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di salah satu tempat yang sering dijadikan tempat berkumpul

anggota komunitas tersebut yaitu di Rumah Makan Korea Hanbingo yang beralamat di Jl. Perumnas No. 93, Condongcatur, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, dan di acara-acara *K-Pop* di Yogyakarta. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Maret 2017.

Populasi Penelitian

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017: 80). Keseluruhan jumlah populasi yang akan digunakan dalam penelitian adalah 140 orang. Penelitian ini merupakan penelitian populasi sehingga seluruh anggota komunitas yang berjumlah 140 orang menjadi responden dalam penelitian.

Data, Instrumen, dan Teknik Pengumpulan

Data

Penelitian ini menggunakan skala fanatisme *Korean Pop (K-Pop)* dan skala kemampuan mengelola emosi berupa pernyataan-pernyataan dengan jawaban berbentuk skala kesesuaian atau ketidaksesuaian terhadap pernyataan. Skala disajikan dalam pernyataan favourable (pernyataan mendukung) dan unfavourable (pernyataan tidak mendukung). Setiap pernyataan item setiap skala memiliki 4 alternatif jawaban yaitu sangat sesuai (SS), sesuai (S), tidak sesuai (TS), dan sangat tidak sesuai (STS). Pada setiap pernyataan akan memiliki skor yang berbeda, untuk pernyataan favourable jawaban sangat

sesuai (SS) memiliki skor 4, sesuai (S) memiliki skor 3, tidak sesuai (TS) memiliki skor 2, dan sangat tidak sesuai (STS) memiliki skor 1. Pernyataan *unfavourable* sendiri pada jawaban sangat sesuai (SS) memiliki skor 1, sesuai (S) memiliki skor 2, tidak sesuai (TS) memiliki skor 3, dan sangat tidak sesuai (STS) memiliki skor 4. Pada skala fanatisme penggemar *K-Pop* terdapat 40 item pernyataan dan pada skala kemampuan mengelola emosi terdapat 35 item pernyataan.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang akan digunakan adalah teknik statistik deskriptif. Menurut Arikunto (2010), teknik statistik deskriptif merupakan teknik pengolahan data dengan tujuan menganalisis dan menggambarkan data dengan perhitungan modus, median, mean dan standar deviasi. Pada statistik deskriptif akan ditentukan kategorisasi kecenderungan dari tiap-tiap variabel didasarkan pada norma kategorisasi. Menurut Nurgiyantoro (Noviari, 2013: 76) mengelompokkan menjadi 3 kategori, yaitu kategori tinggi, sedang, atau rendah. Kategori ini didasarkan pada besarnya simpangan baku (SD) ideal dan rerata nilai (*mean*) ideal.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Deskripsi Fanatisme Penggemar

Korean Pop (K-Pop)

Penyajian data dimulai dari penentuan skor minimal, maksimal, rentang dan mean yang selanjutnya akan digunakan untuk menentukan kriteria kategorisasi fanatisme penggemar *K-Pop*.

Tingkat fanatisme pada penelitian ini diukur menggunakan skala dengan rentang skor 1 sampai 4. Hasil perhitungan data tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Deskripsi Data Hipotetik Fanatisme Penggemar *K-Pop*

Variabel	Jml	Maks.	Min.	Mean	SD
Fanatisme Penggemar <i>K-Pop</i>	39	156	39	97,5	19,5

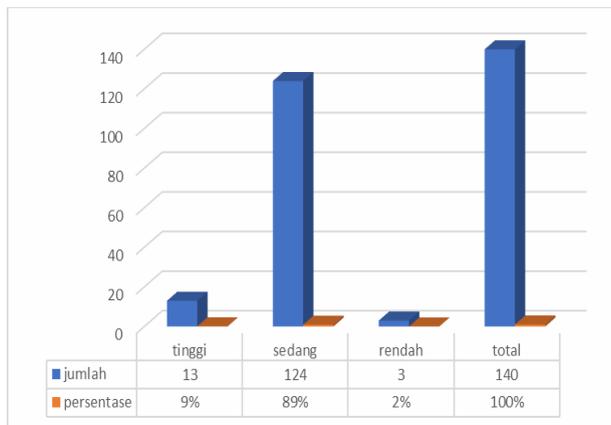
Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat dilihat skor minimal fanatisme penggemar *K-Pop* adalah 39, angka ini dicari dengan mengalikan skor terendah item dengan jumlah item sehingga diperoleh $1 \times 39 = 39$. Skor maksimal dicari dengan cara mengalikan skor tertinggi item dengan jumlah item, sehingga diperoleh $4 \times 39 = 156$. Rentang diperoleh dari skor maksimal dikurangi dengan skor minimal sehingga diperoleh $156 - 39 = 117$. Mean (μ) diperoleh dengan cara skor maksimal ditambah skor minimal kemudian dibagi dua, sehingga diperoleh mean sebesar $(156 + 39) : 2 = 97,5$. Satuan deviasi standarnya bernilai $\sigma = (156 - 39) : 6 = 19,5$. Berdasarkan data di atas maka selanjutnya digunakan untuk menentukan kriteria kategorisasi dan data hasil penelitian fanatisme penggemar *K-Pop*.

Distribusi frekuensi skor skala fanatisme penggemar *K-Pop* dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 2. Pemberian Skor Kategorisasi Skala Fanatisme Penggemar *K-Pop*

Interval	Kat.	Jumlah	Presentase
118 - 156	Tinggi	13	9%
78 - 117	Sedang	124	89%
35 - 77	Rendah	3	2%

Apabila ditampilkan dalam bentuk diagram dapat dilihat pada Gambar 1. berikut:



Gambar 1. Diagram Sebaran Kategorisasi Skala Fanatisme Penggemar *K-Pop*

Berdasarkan tabel dan gambar yang telah disampaikan dapat dilihat bahwa hasil penelitian menunjukkan anggota komunitas EXO-L di Kota Yogyakarta memiliki tingkat fanatisme dengan kategori tinggi sebanyak 9%, kategori sedang sebanyak 89% dan kategori rendah sebanyak 2%. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar anggota komunitas EXO-L memiliki fanatisme *K-Pop* dengan kategorisasi sedang.

2. Deskripsi Kemampuan Mengelola Emosi

Penyajian data dimulai dari penentuan skor minimal, maksimal, rentang, dan mean yang selanjutnya digunakan untuk menentukan kriteria kategorisasi kemampuan mengelola

emosi. Tingkat fanatisme pada penelitian ini diukur menggunakan skala dengan rentang skor 1 samapi 4. Hasil perhitungan data tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. Deskripsi Data Hipotetik Kemampuan Mengelola Emosi

Variabel	Jml	Maks.	Min.	Mean	SD
Kemampuan Mengelola Emosi	35	140	35	88	17,5

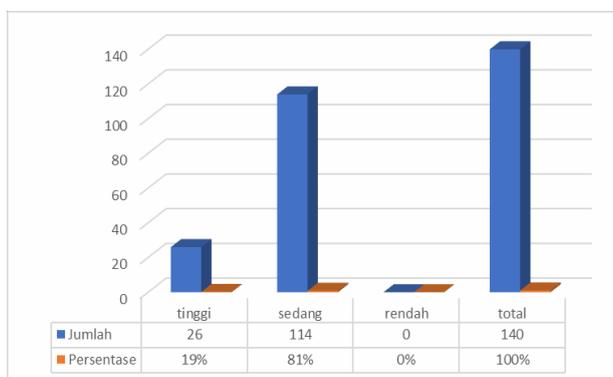
Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa skor minimal data kemampuan mengelola emosi adalah 35, angka ini dicari dengan mengalikan skor terendah item dengan jumlah item lainnya sehingga diperoleh $1 \times 35 = 35$. Skor maksimal dicari dengan mengalikan skor tertinggi dengan jumlah temnya sehingga diperoleh $4 \times 35 = 140$. Rentang diperoleh dari skor maksimal dikurangi skor minimal sehingga diperoleh 105. Mean dicari dengan skor maksimal ditambah skor minimal kemudian dibagi dua, sehingga diperoleh mean sebesar $(140 + 35) : 2 = 88$. Satuan deviasi standarnya bernilai $\sigma = (140 - 35) : 6 = 17,5$. Berdasarkan data di atas maka selanjutnya digunakan untuk menentukan kriteria kategorisasi dan data hasil penelitian kemampuan mengelola emosi. Distribusi frekuensi skor skala kemampuan mengelola emosi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. Pemberian Skor Kategorisasi Skala Kemampuan Mengelola Emosi

Interval	Kat.	Jumlah	Presentase
106-140	Tinggi	26	19%
70-105	Sedang	114	81%
35-69	Rendah	0	0%

Berdasarkan tabel dan gambar yang telah disampaikan dapat dilihat bahwa hasil penelitian menunjukkan anggota komunitas EXO-L di Kota Yogyakarta dengan tingkat kemampuan mengelola emosi kategori tinggi sebanyak 27%, kategori sedang sebanyak 72% dan kategori rendah sebanyak 1%. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar anggota komunitas EXO-L memiliki kemampuan mengelola emosi kategorisasi sedang.

Apabila ditampilkan dalam bentuk diaram dapat dilihat pada Gambar 2. berikut:



Gambar 2. Diagram Sebaran Kategorisasi Skala Kemampuan Mengelola Emosi

3. Pembahasan

Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa pada variabel fanatisme penggemar *K-Pop* dan variabel kemampuan

mengelola emosi yang dimiliki oleh anggota komunitas EXO-L di Kota Yogyakarta keduanya berada dalam kategori sedang. Hal ini menunjukkan bahwa fanatisme yang dimiliki oleh para anggota komunitas EXO-L dapat dikatakan masih dalam batas wajar dan belum berlebihan seperti fakta-fakta atau berita-berita mengenai fanatisme penggemar *K-Pop* yang telah disampaikan, khususnya penggemar dari negara lain. Kemampuan mengelola emosi tiap individu dalam komunitas EXO-L juga dapat dikatakan baik, karena sebagian besar anggota memiliki kemampuan mengelola emosi dengan kategori sedang, bahkan tidak ada yang memiliki kemampuan mengelola emosi dengan kategori rendah.

Fanatisme dalam penelitian-penelitian sebelumnya memang belum banyak yang membahas mengenai kaitannya dengan kemampuan individu dalam mengelola emosi, namun dapat dikaji melalui pendapat ahli lainnya. Goleman (Prasetyoaji, 2012:16) mengemukakan faktor-faktor yang mempengaruhi kecerdasan emosi individu adalah faktor keluarga dan faktor non keluarga. Kemampuan mengelola emosi sendiri termasuk dalam aspek kecerdasan emosi. Fenomena fanatisme apabila dikaitkan dengan faktor mengelola emosi dapat dimasukkan dalam kategori faktor lingkungan non keluarga, karena sebagian besar remaja penggemar *K-Pop* banyak dipengaruhi oleh lingkungan teman sebaya. Penelitian lain yang dapat memperkuat adalah penelitian Debry Agriawan (2016) tentang hubungan fanatisme dengan perilaku agresi. Penelitian tersebut mendapatkan hasil bahwa

terdapat pengaruh antara fanatisme dengan perilaku agresi sebesar 9,9%.

Penelitian ini terdapat kaitannya dengan Bimbingan dan Konseling (BK), di mana kedua variabel tersebut merupakan permasalahan yang terdapat pada BK pribadi-sosial yaitu sikap fanatisme dan kemampuan mengelola emosi. Menurut Ketut (Nurvitria, 2015: 53) bimbingan pribadi sosial merupakan usaha bimbingan dalam membantu menghadapi dan memecahkan masalah pribadi-sosial seperti penyesuaian diri, penerimaan diri, tidak percaya diri, menghadapi konflik, dan pergaulan sosial.

Faktor-faktor yang mempengaruhi kemampuan individu dalam mengelola emosinya menurut Hendrikson (Al Habsyi, 2015:17) antara lain faktor lingkungan, faktor pengalaman, pola asuh orang tua, pengalaman traumatik, jenis kelamin, usia, perubahan jasmani, dan perubahan pandangan luar. Faktor lingkungan yang dimaksudkan adalah lingkungan tempat individu berada, seperti keluarga, sekolah dan lingkungan masyarakat.

Keharmonisan keluarga, kenyamanan dalam berinteraksi di sekolah dan masyarakat yang kondusif akan sangat mempengaruhi perkembangan emosi remaja. Faktor pengalaman yang diperoleh selama hidupnya juga akan mempengaruhi perkembangan emosi dan bagaimana individu mengelola emosinya. Berinteraksi dengan orang lain dan lingkungan akan menjadi referensi bagi individu dalam menampilkan emosinya. Pola asuh orang tua yang banyak bentuknya juga akan mempengaruhi pola emosi yang dikembangkan individu.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi adalah pengalaman traumatik. Rasa takut dan sikap waspada yang berlebihan akan mempengaruhi kondisi emosionalnya.

Kemampuan mengelola emosi pada laki-laki dan wanita berbeda. Laki-laki lebih tinggi emosinya daripada wanita, dan wanita lebih bersifat emosionalitas daripada laki-laki karena wanita memiliki kondisi emosi didasarkan peran sosial yang diberikan oleh masyarakat. Dapat dikatakan bahwa ternyata jenis kelamin juga memiliki pengaruh terhadap bagaimana individu mengelola emosinya. Kematangan emosi dipengaruhi oleh tingkat pertumbuhan dan kematangan fisiologis seseorang. Semakin bertambah usia, kadar hormonal seseorang menurun sehingga mengakibatkan penurunan pengaruh emosional. Hal ini tentu saja akan mempengaruhi individu dalam mengelola emosinya. Perubahan jasmani juga mempengaruhi, individu mulai mengalami perubahan hormone-hormon yang mulai berfungsi sesuai dengan jenis kelaminnya masing-masing. Faktor yang terakhir adalah faktor perubahan pandangan luar yang dapat menimbulkan konflik dalam emosi seseorang, seperti tidak konsistennya sikap dunia luar terhadap pribadi seseorang, atau pandangan orang lain tentang individu tersebut tidak sesuai dengan yang diharapkan. Faktor-faktor lain tersebut dapat menjadi pertimbangan untuk diteliti lebih lanjut pada penelitian berikutnya.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan analisis dalam penelitian ini

dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa anggota komunitas EXO-L Yogyakarta memiliki tingkat fanatisme penggemar *K-Pop* dengan kategori sedang. Hal ini ditunjukkan melalui hasil analisis bahwa anggota komunitas yang memiliki perilaku fanatisme dengan kategori sedang sebesar 89%, kategori tinggi sebesar 9% dan kategori rendah sebesar 2%.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa anggota komunitas EXO-L Yogyakarta memiliki kemampuan mengelola emosi dengan kategori sedang. Hal ini ditunjukkan melalui hasil analisis, bahwa anggota komunitas yang memiliki kemampuan mengelola emosi kategori sedang sebesar 81%, kategori tinggi sebanyak 19% dan dengan kategori rendah sebanyak 0%.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian secara keseluruhan maka ada beberapa pandangan yang dapat dijadikan saran bagi anggota komunitas EXO-L Yogyakarta, bagi konselor atau guru BK di sekolah, dan bagi peneliti selanjutnya sebagai berikut:

1. Bagi anggota komunitas EXO-L Yogyakarta Mengidolakan seorang *public figure*, artis atau penyanyi dari Korea merupakan hal yang wajar dikalangan para remaja saat ini. Komunitas EXO-L Yogyakarta diharapkan dapat meningkatkan rasa solidaritas dan kemampuan dalam mengelola emosi. Peran para anggota yang usianya lebih tua sangat

berpengaruh terhadap kecerdasan emosi anggota yang usianya lebih muda, seperti selalu mengingatkan dan mencontohkan sikap-sikap yang baik khususnya dalam menghadapi masalah tentang idolanya, sehingga hal tersebut perlu dipertahankan. Mengadakan acara berkumpul bersama dan diisi dengan kegiatan-kegiatan lebih positif di rasa perlu agar semakin solid dan dapat menambah wawasan baru selain membahas tentang artis idola.

2. Bagi konselor atau guru BK di sekolah Permasalahan yang diteliti merupakan permasalahan mengenai layanan pribadi-sosial dan hamper banyak terjadi pada setiap individu, mengingat fenomena *K-Pop* sekarang sudah mengglobal dan banyak remaja dan peserta didik yang menggemari *K-Pop*. Konselor atau Guru BK di sekolah dirasa perlu memberikan materi yang berkaitan dengan mengontrol diri, pengetahuan mengenai fanatisme dan kemampuan mengelola emosi. Pemberian layanan dengan materi tersebut diharapkan mampu menambah wawasan peserta didik dan dapat mencegah hal-hal yang tidak diinginkan berkaitan dengan materi tersebut.
3. Bagi peneliti selanjutnya Peneliti selanjutnya diharapkan mampu melakukan penelitian dengan faktor-faktor lain yang dimungkinkan berpengaruh lebih besar terhadap kemampuan individu dalam mengelola emosi, dan apabila tertarik meneliti

komunitas penggemar *K-Pop* yang lebih besar dan memiliki lebih banyak anggota.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Habsyi, S. A. (2015). Perbedaan regulasi emosi antara penghafal qur'an 1-15 juz dan penghafal qur'an 16-30 juz di pondok pesantren nurul qur'an kraksaan, purbolingo. *Skripsi*, Fakultas Psikologi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
- Ali, M. & Mohammad A. (2014). *Psikologi remaja perkembangan peserta didik*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Aluna. (2017). *Ulang tahun hari ini, 'exo' sehung dihadiahi sebidang tanah di pulau skotlandia oleh fans*. Diambil pada tanggal 12 Januari 2018, dari <https://creativedisc.com/2017/04/ulang-g-tahun-hari-ini-exo-sehung-dihadiahi-sebidang-tanah-di-pulau-skotlandia-oleh-fans/>
- Amrullah, I. & Martha T. L. (2016). Analisis gaya hidup anggota komunitas korea Hansamo Bandung. *Journal e-Proceeding of Management*, 3 (3), 3975-3982.
- (2015). Diambil pada tanggal 1 Februari 2018, dari <https://seleb.tempo.co/read/702860/begini-7-perilaku-fanatik-penggemar-k-pop/>
- Azmi, N. (2015). Potensi emosi remaja dan pengembangannya. *Sosial Horizon: Jurnal Pendidikan Sosial*, 2 (1), 36-46.
- Azwar, S. (2016). *Penyusunan skala psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Chung, E., Beverland, M.B., Farrelly, F., et al. (2008). Exploring consumer fanaticism: extraordinary devotion in the consumption context. *Journal of Advances in Consumer Research*, 35 (4), 333-340.
- Dance cover, bentuk ekspresi penggemar k-pop. (2011). Diambil pada tanggal 30 Januari 2018, dari <https://www.kapanlagi.com/>
- Darmawan, D. (2014). *Metode penelitian kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Goleman, D. (2009). *Emotional intelligence why it can matter more than iq*. Library of Unviolent Revolution.
- Gross, J. J. (2014). *Handbook of emotion regulation*. New York: The Guilford Press.

Begini 7 perilaku fanatik penggemar k-pop.

- Izzaty, R. E., dkk. (2013). *Perkembangan peserta didik*. Yogyakarta: UNY Press.
- Jannah, M. (2014). Gambaran identitas diri remaja akhir wanita yang memiliki fanatisme k-pop di samarinda. *eJournal Psikologi*, 2 (2), 182-194.
- Kharisma, S. (2017). 10 hadiah fans paling fantastis buat idol kpop. Diambil pada tanggal 12 Januari 2018, dari <http://inikpop.com/10-hadiah-fans-paling-fantastis-buat-idol-kpop/>
- KOCIS. (2011). *K-pop: A new force in pop music*. Korean Culture and Information servis. Ministry of Culture, Sports and Tourism.
- Marimaa, K. (2011). The many faces of fanaticism. *Journal ENDC Proceedings*, 14, 29-55.
- Morissan, A. C. & Farid H. (2012). *Metodologi penelitian survei*. Jakarta: Kencana.
- Noviari, V. K. (2013). Identifikasi faktor penyebab stress akademik pada siswa rsbi kelas viii di smp n 8 yogyakarta. *Skripsi*, FIP-UNY, Universitas Negeri Yogyakarta.
- Nugraini, E. D. (2016). Fanatisme remaja terhadap musik populer korea dalam prespektif psikologi sufistik. *Skripsi*, Fakultas Psikologi-UIN. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Nurvitria, A. (2015). Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Pada Mahasiswa Jurusan PPB 2013 FIP UNY. *Skripsi*, FIP-UNY, Universitas Negeri Yogyakarta.
- Padmomartono. (2014). *Konseling remaja*. Yogyakarta: Penerbit Ombak.
- Prasetyoaji, A. (2012). Hubungan kecerdasan emosi dan kecerdasan spiritual dengan perilaku prososial guru bimbingan dan konseling di kabupaten pacitan. *Skripsi*, FIP-UNY, Universitas Negeri Yogyakarta.
- Prasetyo, B. & Lina M. J. (2012). *Metode pendidikan kuantitatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Robbins, S. P. & Timothy A. J. (2008). *Perilaku organisasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Safarina, T. & Saputra, N. E. (2012). *Manajemen emosi*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Seregina, A., Koivisto, E., & Mattila, P. (2011). Fanaticism its development and meanings in consumers lives. *Journal of Aalto University School of Economics*. 1 (1), 1- 106.

- Soraya, V. A. (2013). Pengaruh budaya k-pop terhadap sikap remaja surabaya. *Skripsi*, FISIP-UPN, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan r&d*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2016). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan r&d*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2017). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan r&d*. Bandung: Alfabeta.
- Sukardi, D. K. & Nila K. (2008). *Proses bimbingan dan konseling di sekolah*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sukmadinata, N. S. (2015). *Metode penelitian pendidikan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sunarti & Selly R. (2014). *Penilaian dalam kurikulum 2013*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Sutoyo, A. (2014). *Pemahaman individu observasi, checklist, interviu, kuesioner, sosiometri*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Syahputra, E. H. (2015). *Hubungan fanatisme dan harga diri terhadap pengambilan keputusan jersey bola pada fans club liga serie a italia region pekanbaru*. Skripsi, Fakultas Psikologi – UIN, Universitas Islam Negeri Sultasn Syarif Kasim Riau.
- Tartila, P. L. (2013). Fanatisme fans *k-pop* dalam blog netizenbuzz. *Journal Unair*, Universitas Airlangga.
- Terlalu fanatik, para fans ini beri hadiah “gila” untuk artis korea idolanya. (2017) Diambil pada tanggal 12 Januari 2018 <https://m.kwikku.com/post/1450053>.
- Wattimena, R. A. A. (17 November 2012). Akar- akar fanatisme. Diambil pada tanggal 2 Juni 2018, dari <https://rumahfilsafat.com/2012/11/17/akar-akar-fanatisme/>
- Wijayanti, A. A. (2012). Hallyu: Youngstres fanaticism of korean pop culture (study of hallyu fans yogyakarta city). *Journal of Sosiology*, 3 (3), 1-24.
- Yusuf, S. & Juntika N. (2014). *Landasan bimbingan dan konseling*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.