

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Fenomena menyebarnya budaya K-pop layaknya virus yang memengaruhi pola pikir dan perilaku sosial di Indonesia memang tidak dapat dipungkiri. *Genre* K-pop dikenal dengan komposisi musiknya yang berenergi tinggi dan membangkitkan semangat pendengarnya sehingga memberikan ciri khas tersendiri dan membuatnya digemari banyak orang (KOCIS, 2011). Pesatnya perkembangan pada budaya K-pop tentu berdampak pada masyarakat di Indonesia, terutama bagi penggemar K-pop. Fenomena menjadi penggemar seorang selebriti atau orang terkenal semakin marak, khususnya pada kalangan para remaja. Dalam konteks di mana remaja Indonesia sering mengakui sebagai penggemar idola asal Korea Selatan tersebut (Kaparang, 2013).

Sebagian besar masyarakat Indonesia melihat budaya k-pop dengan sudut pandang yang kurang positif. Menurut laporan dari *idntimes.com* (2019), penggemar musik pop Korea mengalami sejumlah masalah negatif, termasuk mengabaikan tanggung jawab dan mengidolakan artis lain, menghabiskan waktu dengan tidak efektif dan tidak menghasilkan, mengeluarkan uang untuk musik pop Korea, memiliki khayalan atau imajinasi yang berlebihan, serta mengharapkan pasangan yang mirip dengan idolanya.

Penggemar K-pop juga kerap disebut-sebut mengidolakan atau mencintai idola mereka secara berlebihan (Ayunita & Andriani, 2018). Pecinta K-pop sering kali diidentikkan dengan berbagai stereotip, yang bahkan diakui oleh penggemar yang tidak suka atau tertarik dengan K-pop karena banyak penggemar yang menunjukkan perilaku yang ekstrem, berlebihan, sangat terobsesi, kecanduan, dan bahkan terlalu konsumtif terhadap sosok idolanya (Yumna et al., 2020). Perilaku berlebihan seperti yang disebutkan di atas dapat mengindikasikan fanatisme. EXO adalah salah satu boyband terkenal di kalangan penggemar K-pop di Korea Selatan, yang juga mencakup banyak girlband dan boyband lainnya yang

memilih popularitas tinggi. Pada tahun 2012, S.M. Entertainment mendirikan EXO, sebuah boyband yang kini terdiri dari sembilan anggota.

Nama boyband EXO diambil dari istilah 'exoplanet', yang merujuk pada planet-planet yang terletak di luar tata surya. Setiap girlband dan boyband memiliki karakteristik unik yang membuat mereka dicintai oleh para penggemar, mulai dari suara hingga penampilan yang khas. Selain itu, masing-masing girlband dan boyband juga memiliki julukan tertentu yang digunakan oleh para penggemarnya.

Kemajuan globalisasi telah mempercepat pertukaran budaya dan informasi, baik secara domestik maupun lintas negara. Proses globalisasi juga turut mendorong penyebaran budaya Korea Selatan secara global, dikenal sebutan Hallyu Wave (gelombang budaya K-Pop) (Kaparang, 2013). Popularitas budaya Korea Selatan meliputi gaya berpakaian hingga hiburan seperti drama, film, dan musik, budaya populer Korea Selatan telah menciptakan pengaruh yang luas, termasuk dalam gaya hidup dan preferensi kuliner. Di antara keanekaragaman budaya Korea, Perkembangan yang pesat terlihat dengan jelas dalam industri musik yang sering disebut sebagai Korean pop. Penyebaran K-pop (musik populer dari Korea) telah menciptakan sebuah gerakan budaya global yang menyentuh berbagai pasar atau komunitas di luar Korea (Laffan, 2021). Penggemar K-pop adalah individu-individu yang menunjukkan semangat besar dan penghargaan tinggi terhadap musik populer dari Korea (Schroy et al. 2016). Dalam konteks penggemar K-pop, *Fandom* didefinisikan sebagai kelompok orang yang mendukung selebritas atau grup musik tertentu dan memiliki nama serta simbol yang secara resmi ditentukan oleh artis itu sendiri. *Fandom* juga diartikan sebagai partisipasi penggemar yang dapat terjadi secara individu maupun bersama-sama (Jenkins, 2006). *fandom* K-Pop yang paling besar berasal dari penggemar boyband BTS yang dikenal sebagai Army, serta penggemar EXO yang disebut EXO-L. Melalui keanggotaan dalam sebuah *fandom*, penggemar dari berbagai negara dapat saling terhubung dan menemukan kesamaan satu sama lain dalam komunitas yang sama.

Menurut CNN Indonesia pada tahun 2022, Indonesia telah menduduki posisi sebagai negara dengan jumlah unggahan terbanyak mengenai K-Pop di media sosial selama dua tahun berturut-turut, termasuk di X, serta memiliki jumlah penggemar K-Pop online terbanyak di tahun 2021. Selain itu, hasil survei IDN Times yang dilakukan pada tahun 2019 (Gumelar et al. , 2021) menunjukkan bahwa 40,7% dari penggemar K-Pop di Indonesia adalah mereka yang berumur 20 hingga 25 tahun, 38,1% berusia antara 15 sampai 20 tahun, 11,9% berusia lebih dari 25 tahun, dan 9,3% berada dalam rentang usia 10 hingga 15 tahun.

Menurut (Smtown.com) EXO menyebut penggemarnya dengan istilah EXO-L singkatan dari EXO LOVE. *Fandom* EXO-L menunjukkan tingkat loyalitas tinggi terhadap EXO sebagai artis K-pop yang idolakannya. *Fandom* EXO-L kerap memiliki berbagai produk yang berhubungan dengan EXO, seperti topi yang mirip dengan idola, pakaian, dan mereka juga dapat membeli serta mengumpulkan lebih dari beberapa koleksi album EXO.

Dalam penelitiannya, Achmada dan Sadewo (2014) menemukan bahwa penggemar perorangan bahkan mampu membeli tiket konser, majalah, photobook, hingga merchandise. Tindakan ini jelas memerlukan pengeluaran yang cukup besar. Mereka juga rela menghabiskan berapa pun jumlah uang demi mendukung idolanya, tanpa mempermasalahkan besarnya biaya.

Menggemari K-pop dapat memberikan dampak yang positif bagi para penggemarnya. Seperti dilansir oleh idntimes.com (2019), kecintaan terhadap musik pop Korea membuka peluang untuk memperluas jaringan pertemanan hingga ke mancanegara, meningkatkan pemahaman terhadap bahasa asing khususnya Bahasa Korea serta mendorong kolaborasi kreatif bersama idola, misalnya melalui pembuatan fanart. Karya seni ini bahkan bisa dikembangkan menjadi bisnis daring, di mana keuntungan yang diperoleh digunakan untuk membeli merchandise maupun tiket konser hasil dari jerih payah sendiri. Selain itu, kecintaan terhadap K-pop juga menumbuhkan semangat gotong royong dalam membantu sesama, salah satunya melalui kegiatan donasi. Kpop tidak selalu berdampak negatif bagi orang yang menyukainya, justru bisa memberikan pengaruh yang baik. Secara umum,

para penggemar Kpop sering melakukan berbagai aktivitas positif yang menunjukkan dukungan mereka terhadap idola diantaranya seperti mengikuti acara birthday party, gathering, cover dance dan juga Para penggemar selalu memperbarui informasi tentang idola mereka melalui platform media sosial. Selain itu, mereka juga sering terlibat dalam kegiatan amal, seperti menggalang donasi yang nantinya disalurkan untuk anak-anak yang berada di panti asuhan serta bagi korban bencana yang membutuhkan dukungan.

Selain berpartisipasi aktif dalam kegiatan amal selama pandemi, *Fandom* K-pop juga terus menunjukkan kepedulian sosial mereka di berbagai kesempatan. Beberapa penggemar musik K-Pop, contohnya komunitas penggemar EXO-L, telah mendirikan sekolah untuk individu yang tidak mampu atas nama idola mereka di tengah pandemi donasi sebesar Rp1.652.408.680 berhasil dihimpun oleh sejumlah *fandom* K-Pop di Indonesia dalam acara Kanjuruhan, termasuk ARMY, NCTZEN, WAYZENNI, EXO-L, dan masih banyak lagi (Kitabisa.com, 2022). Sebagai *Fandom* yang merayakan ulang tahun idola mereka, juga melakukan penggalangan dana untuk Yayasan Cinta Anak Bangsa. Dalam kampanye tersebut, mereka berhasil mengumpulkan donasi sebesar Rp5.465.868. Kegiatan ini menunjukkan komitmen penggemar tidak hanya terhadap idola mereka, tetapi juga terhadap upaya sosial yang bermanfaat bagi masyarakat (M.kumparan.com).

Berbagai kegiatan yang menjadi kebiasaan rutin para penggemar EXO-L antara lain *mengcover dance*, reuni K-pop, mengikuti ulang tahun *fandom* EXO. Sementara itu, Aksi sosial yang dilakukan oleh penggemar EXO, atau EXO-L, seperti pengumpulan dana atau kunjungan ke panti asuhan biasanya dilaksanakan bersamaan dengan perayaan ulang tahun idola, bulan Ramadan, atau ketika bencana alam terjadi. Jenis kegiatan ini dapat dikategorikan dalam perilaku prososial. Menurut Mercer dan Clayton (2012) menemukan bahwa Perilaku prososial ditujukan untuk memberikan bantuan kepada orang lain. Salah satu wujudnya adalah melalui pemberian donasi, yang bertujuan agar individu atau kelompok yang menerima dapat merasakan manfaat dari bantuan tersebut.

Informasi mengenai kegiatan yang dilakukan oleh EXO-L dari berbagai tempat biasanya disebar dalam grup whatsapp sebagai media komunikasi dan koordinasi bersama. Aktivitas yang dilakukan bersama dalam grup ini mencakup upaya pengumpulan dana untuk membantu korban bencana dan anak-anak yang tidak dapat melanjutkan sekolah. Rangkaian kegiatan ini dikelola oleh admin akun media sosial penggemar di Instagram dan X. Dokumentasi atas aktivitas tersebut dibagikan melalui platform media sosial.

Media sosial adalah media yang sangat canggih untuk mencari dan berbagi berbagai macam informasi. Media ini, pada intensitas tertentu, dapat memberikan berbagai macam efek pada penggunanya. Media diyakini memengaruhi aspek kognitif, afektif, dan perilaku penerima media (Hastika, 2019). Terkait fanatisme, intensitas penggunaan media massa diyakini sangat memengaruhi tingkat fanatisme yang dirasakan pengguna terhadap objek tertentu; semakin tinggi intensitas akses media terhadap objek fanatisme, semakin tinggi pula tingkat fanatismenya (Hastika, 2019).

Menurut laporan yang dirilis oleh X, jumlah percakapan global mengenai K-Pop mengalami peningkatan pada tahun 2021, naik dari 6,7 miliar menjadi 7,8 miliar (CNN Indonesia, 2022). Data tersebut mengungkapkan bahwa Indonesia merupakan negara dengan jumlah penggemar K-Pop paling banyak di X, disusul oleh Filipina, Korea Selatan, Thailand, Amerika Serikat, Meksiko, Malaysia, dan beberapa negara lainnya. X juga menetapkan usia minimal pengguna adalah 13 tahun ke atas, dan menyatakan bahwa sebagian besar pengguna di Indonesia berusia di bawah 25 tahun.

Latar belakang dan aktualisasi diri merupakan peristiwa yang disampaikan melalui platform media sosial X. Perilaku tersebut menunjukkan bahwa seseorang melampiaskan dan memuaskan kemarahan batinnya di X (Elisa et al., 2022). Remaja yang menyukai K-pop bisa memakai X untuk berbagi cerita atau curhat secara bebas tentang K-pop. Tanpa mereka sadari, mereka telah mengekspresikan diri melalui X dengan membagikan cuitan yang mereka unggah. Negara Indonesia yang menjadi penggemar aktif di X

dengan jumlah tweet terbanyak di dunia tentang kpop. Menurut laporan resmi X Indonesia, tercatat sebanyak 7,8 miliar yang ngetweet terkait K-pop, dan Indonesia berada di urutan teratas sebagai negara dengan jumlah penggemar K-pop terbesar di seluruh dunia. (Kim, 2022). X menjadi sarana bagi para penggemar untuk menjalin koneksi dengan sesama pencinta K-pop, sehingga interaksi di antara mereka menjadi lebih mudah. Ini menunjukkan bahwa dibandingkan dengan platform media sosial lainnya, X memiliki posisi yang sangat berarti bagi komunitas penggemar K-pop (Madcoms, 2010).

K-pop lebih mudah diterima oleh anak muda terutama remaja karena paras tampan dan cantik, fashion yang menarik, serta lagu lagu yang enak didengar, lengkap dengan koreografi tarian yang sinkron, (Novchi, Hanafi & Arlizon, 2018). Baik dampak positif maupun dampak buruk dari pertumbuhan K-pop dapat dilihat dari cara para penggemarnya, yang sebagian besar adalah remaja yang sedang mengembangkan kepribadian mereka. Beberapa contoh dampak ini seperti terlibat dalam perkelahian di antara para penggemar K-pop, menunjukkan kepanikan di depan umum, dan bertindak secara konsumtif. Fase ketegangan dan stres, yang dikenal sebagai Emosi yang Meningkat, merupakan periode ketika remaja mengalami ketidakpastian, ketidakstabilan, dan ledakan emosi. Hal ini disebabkan oleh perubahan emosional yang muncul selama masa pubertas. Remaja menghadapi pengalaman baru dan tekanan dari lingkungan sosial, yang menjadi penyebab utama peningkatan emosi mereka. Remaja yang lebih sensitif secara emosional cenderung mudah tersinggung dan lebih suka menyendiri (Izzaty, 2013).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh IDN Times pada tahun 2019 terhadap penggemar K-pop di Indonesia, terungkap bahwa 40,7% dari mereka berusia antara 20 dan 25 tahun, 38,1% berada di rentang usia 15 hingga 20 tahun, 11,9% berumur lebih dari 25 tahun, dan 9,3% dari mereka berusia antara 10 sampai 15 tahun (Almaida et al. 2021). Angka-angka ini menunjukkan bahwa sebagian besar fans K-pop di Indonesia adalah remaja, yakni fase ketika individu mulai menetapkan tujuan dan mengambil keputusan mengenai posisi yang mereka percayai (Hurlock, 2012).

Perilaku mengidolakan sering kali dikaitkan dengan individu yang berada pada usia remaja. Hurlock (1980) Mengatakan bahwa usia remaja berkisar antara 13 hingga 18 tahun. Menurut Raviv et al (1995), fenomena pengidolaan merupakan ciri khusus dari masa remaja awal. Jika perilaku pengidolaan terjadi pada saat individu tersebut masih muda menurut (Balley 2005). Banyak individu yang mulai tertarik dan minat pada band atau K-pop pada usia yang relatif muda. Bosma juga menunjukkan bahwa perilaku pengidolaan berkaitan dengan perilaku remaja dalam memenuhi salah satu tugas perkembangannya, yaitu pencarian jati dirinya. Pengidolaan terhadap seseorang biasanya berujung pada proses pemodelan dalam perilaku sehari-hari, sehingga pengidolaan terhadap seseorang menjadi bagian dari upaya untuk memperoleh model bagi pengembangan identitas diri remaja.

Masa remaja merupakan tahap penting dalam pembentukan identitas diri, yang berhubungan erat dengan perkembangan nilai-nilai moral dan perilaku prososial. Pada masa ini, perkembangan remaja dipengaruhi oleh perpaduan antara faktor genetik, biologis, sosial dan lingkungan (Santrock, 2011). Pada masa kini, Kemajuan teknologi yang pesat membuat para remaja semakin sedikit melakukan interaksi di lingkungan sosial mereka, yang berakibat pada penurunan sikap sosial mereka. Remaja cenderung melakukan hal-hal yang sesuai dengan minatnya pribadi (Sarwono, 2012). Kecenderungan para remaja bersikap mengutamakan diri sendiri berdampak pada rendahnya kepedulian terhadap lingkungan sosial, sehingga mereka cenderung kurang menunjukkan perilaku prososial. Remaja sendiri seharusnya mulai menunjukkan sikap membantu atau perilaku prososial, karena mereka mampu berpikir lebih rasional dan memanfaatkan kematangan kognitifnya pada masa ini (Eisenberg & Fabes, 1998).

Secara keseluruhan, rendahnya tingkat perilaku prososial pada remaja tampak dari minimnya inisiatif individu dalam menyebarkan informasi mengenai permintaan bantuan yang sering dijumpai di media sosial. Sebagai contoh, hasil penelitian mahasiswa Universitas Syiah Kuala yang diterbitkan melalui platform kompasiana.com (2021) menunjukkan bahwa remaja cenderung mengabaikan ajakan donasi atau bantuan di media sosial dan

mereka juga kurang terdorong untuk menyumbang atau sekadar membantu menyebarkan informasi tersebut. Kondisi ini mencerminkan kurang berkembangnya kecenderungan prososial di kalangan remaja. Padahal, pada masa ini, Diharapkan agar remaja memiliki tingkat orientasi yang tinggi terhadap perilaku prososial. karena dorongan untuk menolong orang lain dan mengurangi penderitaan merupakan bagian penting dari perkembangan sosial mereka menandakan bahwa remaja mulai memahami norma-norma sosial yang berlaku di masyarakat dan memiliki kemampuan untuk berpikir secara rasional dalam membedakan perilaku yang baik dari yang buruk (Wulandari2017). Perilaku prososial merupakan salah satu bentuk dari kesadaran tersebut.

Dalam lingkungan interaksi sosial, perilaku prososial merujuk pada kegiatan yang dilakukan secara sengaja atau terencana untuk memberikan bantuan kepada orang lain tanpa memikirkan motivasi utama dari pihak yang memberikan pertolongan. (Sears, Taylor dkk, 2012). Remaja menunjukkan berbagai macam perilaku prososial, mulai dari tindakan kepedulian terhadap orang lain hingga tindakan pengorbanan diri yang lebih rumit. Pernyataan ini menunjukkan bahwa setiap orang menunjukkan perilaku prososial dalam tingkat yang berbeda-beda, beberapa dikategorikan sebagai individu dengan perilaku prososial rendah, sementara yang lain menunjukkan aktivitas prososial yang kuat.

Menurut Eisenberg dan Mussen (dalam Dayakisni, 2012). Perilaku prososial merupakan Tindakan secara sukarela bertujuan untuk memberikan pertolongan kepada orang atau kelompok lain tanpa mengharapkan balasan dalam bentuk apapun. Tindakan tersebut berupa memberi pertolongan, berbagi ke sesama, menyumbang, menjalin kerjasama, menunjukkan kejujuran, serta enunjukkan kepedulian terhadap kesejahteraan orang lain. Perilaku prososial yang positif seperti memberikan barang yang kita miliki kepada orang lain atau saling mendukung dapat membuat orang merasa lebih baik. Tindakan ini mencerminkan kasih sayang baik secara fisik maupun emosional. Selain itu, menunjukkan empati, memberi kesempatan, dan

menawarkan dukungan moral dapat membantu orang lain merasa aman dan tenang dalam situasi yang sulit.

Menurut Brigham (dalam Dayakisni & Hudaniah, 2009) perilaku prososial mencakup aspek-aspek seperti kedermawanan, kerjasama persahabatan, menolong, membantu, berkorban, dan menyelamatkan, karena tujuan utama perilaku ini adalah demi meningkatkan kesejahteraan orang lain. Berbagai faktor yang memengaruhi perilaku prososial antara lain perbedaan jenis kelamin, karakteristik pribadi, dan suasana hati. Selain faktor-faktor tersebut, lingkungan keluarga juga berperan penting dalam membentuk perilaku prososial (Tambunan & Retnaningsih, 2007).

Keluarga merupakan lingkungan pertama bagi anak dalam membangun interaksi serta menerima arahan, pendidikan, dan nilai-nilai moral dari orangtua. Dengan demikian, peranan paling utama dalam membentuk sikap yaitu keluarga, kepribadian, dan perilaku anak, termasuk di dalamnya perilaku prososial (Listiandari, Bahrin & Rahmi, 2020). Orang tua memiliki peran yang sangat penting dalam membentuk serta memberikan arahan terhadap sikap dan perilaku remaja. Remaja juga belajar dan mengalami berbagai hal dari lingkungan sekitar, termasuk rumah serta keluarga, terutama dari orang tua. Hal ini akan mengindikasikan bagaimana mereka menyikapi lingkungan sekitar dan lingkungan sosial tempat mereka tinggal. Perkembangan perilaku prososial dapat dipercepat melalui interaksi dalam hubungan interpersonal, seperti keterikatan dengan ibu (Eisenberg dkk., 2015).

Perilaku prososial mulai menghilang dari kehidupan masyarakat di era saat ini, sedangkan perilaku antisosial justru meningkat dengan cepat. Salah satu faktor yang sangat berpengaruh adalah adanya keberadaan media, baik media digital maupun media elektronik. Meskipun masih dalam tahap pengembangan kemampuan untuk membedakan stimulus yang positif juga yang negatif, masyarakat sering kali meniru atau mencontoh apa yang mereka amati. Penelitian oleh Drabman & Thomas (2006) menunjukkan bahwa seseorang lebih cenderung meniru perilaku yang telah mereka saksikan, misalnya individu akan lebih mudah memberikan bantuan kepada orang lain

jika mereka melihat orang lain melakukan tindakan menolong, dibandingkan dengan anak-anak yang tidak pernah menyaksikan perilaku prososial tersebut. Temuan ini mengindikasikan bahwa perilaku prososial dapat diajarkan kepada remaja melalui pemberian contoh atau model. Proses pembelajaran yang melibatkan pengamatan, peniruan, serta modifikasi perilaku yang diamati dikenal dengan istilah *Observational learning* (Erindana, 2018).

*Observational learning* sendiri merupakan proses kognitif di mana seseorang meniru perilaku yang diperagakan oleh model yang diamatinya. *Observational learning* juga melibatkan Indera dengan fungsi penerima stimulus serta pemasangan persepsi yang nantinya informasi tersebut diolah dari stimulus melalui kemampuan aksi untuk melakukan Gerakan motorik. Teori pembelajaran sosial kognitif memungkinkan individu untuk belajar dengan mengamati dan meniru perilaku orang lain. Dengan demikian, informasi diperoleh melalui perhatian terhadap kejadian yang terjadi di sekitar individu (Barida, 2016).

Fitri (2018) mengatakan bahwa kecenderungan mengimitasi melalui idola K-Pop yang memiliki perbedaan budaya tentu akan memicu pergaulan yang tidak sesuai dengan budaya Indonesia, misalnya, meniru perilaku meminum alkohol, gaya berpakaian yang terbuka, menjalin hubungan dengan cara yang tidak benar dalam budaya Indonesia, serta konsumsi makanan-makanan yang tidak halal, bahkan membandingkan standart kecantikan korea dengan ras asli Indonesia. Penggemar K-Pop juga cenderung rela melakukan apapun untuk sang idola, hingga salah satunya dengan mengikuti gaya hidup idola dan menginternalisasi budaya asli sang idola, hingga sampai menyukai atau tidak menyukai hal-hal yang sama dengan idolanya. Selaras dengan pendapat di atas, Marbun dan Azmi (2019) terdapat benturan kebudayaan karena masuknya budaya asing yang menyebabkan perubahan identitas di kalangan remaja khususnya bagi mereka yang mengidolakan selebriti korea Selatan atau penggemar K-Pop, tidak lain karena *observational learning* sebagai dasar perilaku imitasi dapat menghasilkan identitas baru bagi individu.

Menurut Bandura (dalam Monks dkk,2014) mengemukakan komponen dalam *observational learning* yakni Atensi(*attention*) adanya perhatian atau pengamatan terhadap model sehingga individu dapat melakukan perilaku yang sesuai dengan apa yang diperhatikan dan diamati, Retensi (*retention*) apa yang diperhatikan dan diamati oleh individu kemudian disimpan ke dalam memori atau ingatannya, Pembentukan perilaku (reproduksi motoris) berbagai hal yang diperhatikan dan diamati lalu tersimpan dalam memori individu kemudian akan direproduksi atau ditunjukkan melalui suatu tindakan, Motivasi (*motivation*) dalam tahap ini penguatan atau *reinforcement* besar digunakan sebagai motivator dalam merangsang maupun mempertahankan suatu perilaku sehingga adanya pengulangan terhadap perilaku tersebut.

Terdapat delapan faktor yang memengaruhi pembelajaran melalui pengamatan, yaitu status perkembangan yang mencakup kemampuan untuk mempertahankan perhatian lebih lama dan kapasitas yang meningkat untuk memproses informasi, penggunaan strategi, perbandingan kinerja dengan representasi dalam ingatan, serta adopsi motivator. Selain itu, prestise dan kompetensi model juga berperan, di mana individu cenderung memberikan perhatian lebih kepada model-model yang memiliki kompetensi tinggi dan status yang lebih tinggi. Ada juga *vicarious consequences* Konsekuensi yang dialami oleh model memberikan informasi tentang kesesuaian perilaku dan kemungkinan hasil dari tindakan tersebut. Harapan hasil menunjukkan bahwa pengamat lebih cenderung melakukan tindakan yang ditunjukkan oleh model, yang mereka anggap tepat dan mengarah pada sesuatu yang bermanfaat. Ada juga penetapan tujuan, di mana pengamat lebih cenderung memperhatikan model yang menampilkan perilaku yang mendukung pengamat dalam mencapai tujuan mereka. Setelah itu ada *self-regulation* yang dalam proses belajarnya regulasi diri membutuhkan dimana pembelajar diberi beberapa pilihan, terdapat *self-efficacy* yang memengaruhi perhatian individu terhadap model ketika mereka yakin bahwa mereka mampu belajar atau melaksanakan perilaku yang ditunjukkan oleh model dan terakhir *self-concept* yang sering

terjadi khususnya saat pengamat dalam masa pencarian jati diri yang biasanya mengarah mereka dalam berperilaku nantinya menurut (Schunk, 2012).

Komunitas para penggemar kpop biasanya dikaitkan dengan berbagai kegiatan, gerakan, dan aksi sosial yang berhubungan dengan idola mereka. Aksi dan gerakan sosial yang dilakukan oleh para penggemarnya ini merupakan salah satu bentuk perilaku prososial. Perilaku prososial mencakup semua tindakan yang bertujuan untuk membantu orang lain tanpa mengharapkan imbalan, bahkan bisa berisiko bagi si penolong (Baron & Byrne, 2009). Contoh kegiatan yang dilakukan oleh *fandom* adalah mengumpulkan dana untuk kelompok tertentu secara sukarela atau mengadakan kampanye untuk isu-isu sosial.

Selain berpartisipasi aktif dalam kegiatan amal selama pandemi, *Fandom* K-pop juga terus menunjukkan kepedulian sosial mereka di berbagai kesempatan. Beberapa penggemar musik K-Pop, contohnya komunitas penggemar EXO-L, telah mendirikan sekolah untuk individu yang tidak mampu atas nama idola mereka di tengah pandemi donasi sebesar Rp1.652.408.680 berhasil dihimpun oleh sejumlah *Fandom* K-Pop di Indonesia dalam acara Kanjuruhan, termasuk ARMY, NCTZEN, WAYZENNI, EXO-L, dan masih banyak lagi (Kitabisa.com, 2022) Sebagai *Fandom* yang merayakan ulang tahun idola mereka, juga melakukan penggalangan dana untuk Yayasan Cinta Anak Bangsa. Dalam kampanye tersebut, mereka berhasil mengumpulkan donasi sebesar Rp5.465.868. Kegiatan ini menunjukkan komitmen penggemar tidak hanya terhadap idola mereka, tetapi juga terhadap upaya sosial yang bermanfaat bagi masyarakat (M.kumparan.com).

Namun kenyataannya Kelompok penggemar sering kali dipandang melalui citra yang menyimpang, yakni sebagai individu obsesif serta individu yang suka histeris. Para penggemar musik k-pop sering kali dihadapkan pada pandangan negatif dari masyarakat sekitar terutama hal yang berhubungan dengan korea Nugraheni (2015). Banyak masyarakat Indonesia yang memandang budaya korean pop merupakan sesuatu yang buruk. Berdasarkan pada idntimes.com (2019) yang terdapat beberapa dampak negatif yang

dialami oleh penggemar K-Pop, antara lain melupakan tanggung jawab, mengagungkan idola, menghabiskan waktu dengan tidak produktif, mengeluarkan uang untuk barang-barang K-Pop, mengalami halusinasi atau berkhayal berlebihan, serta keinginan untuk memiliki pasangan yang mirip dengan idola.

Merujuk pada uraian latar belakang diatas, dengan demikian peneliti ingin meneliti “Hubungan antara *Observational learning* Terhadap Perilaku Prososial pada Remaja Penggemar K-Pop”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Mengacu pada uraian yang telah diberikan sebelumnya, peneliti ingin mengetahui apakah terdapat “Hubungan antara *observational learning* terhadap perilaku prososial pada remaja penggemar EXO di X?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Peneliti bertujuan untuk mengidentifikasi hubungan antara *observational learning* terhadap perilaku prososial pada remaja penggemar EXO di X.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Diharapkan bahwa temuan penelitian ini akan bermanfaat dari sudut pandang teoritis dan praktis.

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Diharapkan bahwa temuan penelitian ini akan memberikan kontribusi dan memperluas pemahaman yang ilmiah di bidang psikologi, khususnya di bidang psikologi sosial mengenai *observational learning* serta Perilaku Prososial.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

#### **a. Bagi Subjek**

Diharapkan penelitian ini memberikan ruang refleksi bagi subjek untuk memahami bahwa ketertarikan terhadap idola tidak hanya bersifat hiburan, tetapi juga dapat membentuk perilaku sosial yang positif.

#### **b. Bagi Komunitas EXO-L,**

Diharapkan bahwa penelitian ini memberikan pemahaman bahwa sikap dan perilaku prososial dapat berkembang melalui proses modelling terhadap figur

yang dikagumi, seperti idola K-Pop. Remaja diharapkan lebih sadar akan potensi positif dari komunitas *Fandom*, misalnya melalui kegiatan sosial atau donasi, dan dapat menjadi pribadi yang lebih peka terhadap sesama.

c. Bagi Orang tua,

Diharapkan bahwa penelitian ini menjadikan bahan pertimbangan bagi orang tua dalam mengarahkan dan mendampingi anak remajanya dalam mengonsumsi media dan membentuk figur panutan. Orang tua dapat memahami bahwa ketertarikan anak terhadap idola bisa menjadi jembatan dalam menanamkan nilai-nilai positif seperti empati, kerja sama, dan kepedulian sosial.

d. Bagi peneliti selanjutnya,

Diharapkan bahwa penelitian ini dapat dijadikan sebagai dasar referensi atau pijakan awal bagi penelitian lanjutan yang mengkaji tema serupa, seperti pengaruh budaya populer terhadap perkembangan perilaku sosial remaja. Selain itu, hasil penelitian ini membuka peluang untuk mengeksplorasi variabel-variabel baru seperti fan engagement, identitas kelompok, atau regulasi diri dalam komunitas daring.