

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Masa remaja adalah masa transisi atau peralihan dari masa kanak-kanak menuju masa dewasa. Pada masa ini, individu mengalami berbagai perubahan, baik fisik maupun psikis (Clarke-Stewart & Fridman dalam Agustiani, 2009). Pada periode ini, berbagai perubahan terjadi baik perubahan hormonal, fisik, psikologis maupun sosial. Perubahan ini terjadi dengan sangat cepat dan seringkali tanpa disadari (Batubara, 2010) di mana aspek psikologis yang pasti terjadi adalah berkaitan dengan adanya perubahan fisik (Santrock, 2012). Menurut Mueller (dalam Santrock, 2012) hal ini dapat dilihat dari perilaku remaja yang sangat memperhatikan bentuk tubuhnya dan mengembangkan citra mengenai tubuhnya. Psikoekupasi terhadap citra tubuh itu sangat kuat di antara para remaja, namun sangat khusus dan sangat terlihat pada masa remaja awal, ketika remaja tidak puas dengan tubuhnya dibandingkan pada masa remaja akhir (Santrock, 2012). Remaja dituntut untuk mampu menampilkan tingkah laku yang dianggap pantas atau sesuai bagi orang-orang seusianya. Adanya perubahan baik di dalam maupun di luar dirinya itu membuat kebutuhan remaja semakin meningkat terutama kebutuhan sosial dan kebutuhan psikologisnya (Agustiani, 2009).

Menurut Hurlock (1980), masa remaja mempunyai karakteristik atau ciri-ciri tertentu yang membedakannya dengan periode sebelum maupun periode sesudahnya. Beberapa karakteristik masa remaja antara lain yaitu masa remaja sebagai periode yang penting, masa remaja sebagai periode peralihan, masa remaja sebagai periode perubahan, masa remaja sebagai usia bermasalah, masa remaja sebagai masa mencari identitas, masa remaja sebagai usia yang menimbulkan ketakutan, masa remaja sebagai masa yang tidak realistis, dan masa remaja adalah ambang dari masa dewasa. Salah satu karakteristik masa remaja yaitu masa remaja sebagai periode perubahan, di mana dalam hal ini perubahan sifat dan perilaku dalam periode ini sejajar dengan tingkat perubahan fisik pada remaja. Dalam periode ini, remaja juga mengalami beberapa perubahan salah

satunya adalah perubahan minat. Seiring dengan berubahnya minat dan perilaku maka nilai-nilai yang ada pada diri remaja juga berubah. Apa yang pada masa anak-anak dianggap penting tetapi pada masa remaja sudah tidak dianggap penting lagi. Berdasarkan hal tersebut Marlius & Ananda (2019) mendefinisikan minat sebagai suatu perantara antara faktor-faktor motivasional yang memengaruhi perilaku. Minat melambangkan seberapa keras seseorang mempunyai kemauan untuk mencoba, selain itu minat menunjukkan seberapa banyak upaya yang direncanakan seseorang untuk melakukan sesuatu dan berhubungan dengan perilaku. Dalam hal ini, *K-Pop* menjadi salah satu hal yang paling diminati oleh kaum remaja.

K-pop (dalam bahasa Korea *VI, Gayo*) (singkatan dari *Korean pop* atau *Korean popular music*) adalah sebuah genre musik terdiri dari *pop*, *dance*, *electropop*, *hip hop*, *rock*, *R&B* dan *electronic music* yang berasal dari Korea Selatan. Banyak orang menyebut serbuan *K-pop* sebagai *hallyu* (²*Æ*) atau gelombang Korea (*Korean Wave*). Menurut Cerojano (dalam Nursanti & Ulfa, 2013), *K-Pop* telah tumbuh menjadi sebuah subkultur yang menyebar secara luas di berbagai belahan dunia. *Idol group* dan *solo artis Idol group* dan solo artis seperti BoA, Rain, DBSK, JYJ, Super Junior, B2ST, Girl's Generation, BIGBANG, Wonder Girls, 2NE1, 2PM, 2AM, Miss A, KARA, SHINee, f(x), After School, Brown Eyed Girls, Se7en, CNBLUE, F.T. Island, Secret, MBLAQ sangat terkenal di negara-negara Asia Timur dan Asia Tenggara, termasuk Jepang, Malaysia, Mongolia, Filipina, Indonesia, Thailand, Taiwan, Singapura, China, dan Vietnam. Menurut Choi (dalam Rinata & Dewi, 2019), *Korean wave* atau *Hallyu* memiliki produk yang beraneka ragam dari drama televisi (*K-drama*), Musik (*K-pop*) *video-game* dan makanan), Produk dan layanan *Hallyu* (pariwisata, produk kosmetik, bedah plastik, barang mode, dan layanan bahasa), saluran distribusi (berbagai *platform media*). Selain itu, musik Korea yang lebih dikenal dengan *K-pop* juga mengambil peran yang penting dalam mempopulerkan *Korean wave* di Indonesia. Musisi dan grub idola Korea Selatan secara bergantian menggelar konser di Indonesia. Tahun 2011 hingga 2013 menjadi tahun-tahun meledaknya

K-pop dan kedatangan bintang-bintang *K-Pop* juga menjadi sorotan utama media di Indonesia (Rinata & Dewi, 2019).

Menurut John Storey (dalam Puspitasari & Hermawan, 2013) konsumsi terhadap suatu budaya populer akan selalu memunculkan adanya kelompok penggemar, di mana dalam hal ini penggemar adalah bagian paling tampak dari khalayak teks dan praktik budaya pop. Para penggemar memiliki intensitas keterlibatan intelektual dan emosional serta memberi makna pada pembacanya atas suatu produk budaya. Dalam hal ini konsumsi budaya berkaitan dengan pemaknaan individu terhadap pola yang ingin ia bentuk sebagai identitas diri di tengah padatnya lalu lintas budaya saat ini, selain itu juga beredar berbagai gaya hidup yang diyakini mampu memberikan suatu identitas diri tertentu (Puspitasari & Herawan, 2013). Dalam hal ini *K-pop* juga telah melahirkan penggemar-penggemarnya dari berbagai penjuru dunia yang berhasil membentuk sebuah dunia baru, nilai-nilai baru dan juga *trend* baru yang diikuti oleh banyak orang di berbagai penjuru dunia. Di Indonesia sendiri, ada banyak perkumpulan pecinta *K-Pop* yang telah tersebar di berbagai provinsi seperti provinsi Jawa Timur sebanyak 63,53%, Jawa Barat sebanyak 9,39%, Kepulauan Riau sekitar 7,18%, DKI Jakarta 3,86%, Jawa Tengah 2,76%, Sumatera Barat 2,20%, Kalimantan Barat 1,65%, Sumatera Utara 1,65%, Banten 1,65%, DIY 1,10%, Sulawesi Selatan 1,10%, Kalimantan Timur 0,55%, Jayapura 0,55%, Denpasar 0,55%, Sumatera Timur 0,55%, Sumatera Selatan 0,55%, Maluku 0,55% dan NTT 0,55% (Santika, 2020).

Berkat *platform* besar seperti *Youtube* jumlah penggemar *K-Pop* di seluruh dunia meningkat dengan cepat. Hal ini karena *YouTube* memudahkan grup idol Korea menampilkan bakat mereka dan benar-benar terhubung dengan penggemar internasional. Baru-baru dirilis sebuah grafik yang disebut sebagai "*2019 Global K-Pop Map*". Berdasarkan penelitian data dari pandangan *YouTube* yang dilakukan oleh *BLIP*, 10 negara ini merupakan negara dengan jumlah penggemar *K-Pop* terbesar untuk periode antara Juli 2018 hingga Juni 2019. Indonesia berada di posisi ke-2 dengan berhasil meraih 9,9% dari total *viewers* di *YouTube*. Kecintaan masyarakat Indonesia kepada grup *K-Pop* terus tumbuh kuat karena semakin banyak artis *K-Pop* yang memasukkan Indonesia ke dalam tur mereka

yang akan datang (Wowkeren.com, 2019). Menurut Jannah (dalam Rinata & Dewi, 2019) menjelaskan bahwa usia penggemar menjadi salah satu poin penting bagaimana cara penggemar merespon informasi *hoax* yang berkaitan dengan idola mereka. Dalam hal ini respon penggemar terkait dengan berita *hoax* idola memiliki perbedaan respon antara rentang usia remaja atau sekitar 12-17 tahun dengan respon penggemar yang berada di rentang usia dewasa atau sekitar 22-27 tahun. Perbedaan tersebut dapat dilihat dari respon penggemar di mana dalam hal ini bagi mereka yang masih berada dalam rentang usia remaja cenderung memberikan respon negatif.

Remaja juga memiliki kecenderungan yang besar untuk menjadi penggemar yang fanatik terhadap idola mereka yang tergabung dalam suatu komunitas penggemar yang biasa disebut fandom. Hal ini dikarenakan pada masa remaja, mereka rentan terpengaruh oleh lingkungan sosial, dan pada masa ini mereka lebih memilih mementingkan kepentingan kelompok dan teman sebaya. Salah satu permasalahan remaja yang sering dibahas dengan kelompoknya berkaitan dengan bentuk fisik atau citra tubuh. Zainab (dalam Meliana & Retnaningsih, 2018) menyatakan bahwa perhatian berlebih pada citra tubuh secara negatif dapat menyebabkan *body dissatisfaction*, yaitu ketidakpuasan seseorang akan bentuk dan ukuran tubuh mereka. Penelitian yang dilakukan oleh Cahyaningtyas (dalam Puspitasari & Ambarini, 2017) mengatakan remaja usia 18-22 tahun mengalami tingkat *body dissatisfaction* yang tinggi karena merupakan kondisi transisi dari masa remaja akhir ke dewasa awal, sehingga sering mempertanyakan tubuhnya.

Menurut Ogden (dalam Meliana & Retnaningsih, 2018) *body dissatisfaction* merupakan perbedaan antara persepsi individu tentang ukuran tubuh dengan ukuran tubuh yang sebenarnya. Persepsi adanya perbedaan antara ukuran tubuh yang sebenarnya dengan ukuran tubuh ideal menurut seorang individu menggambarkan ketidakpuasan terhadap ukuran dan bentuk tubuh. Ogden (dalam Meliana & Retnaningsih, 2018) menjelaskan mengenai pengukuran *body dissatisfaction* dikonseptualisasikan ke dalam tiga perspektif. Pada perspektif pertama, *body dissatisfaction* dipandang sebagai suatu estimasi mengenai ukuran tubuh dan persepsi bahwa tubuh lebih besar dari yang sebenarnya. Pada perspektif

kedua, *body dissatisfaction* muncul saat individu memposisikan tubuh ideal yang ditentukan secara kultural dan menyadari bahwa ada perbedaan antara tubuhnya sendiri dibandingkan dengan tubuh ideal. Pada perspektif ketiga, respon negatif terhadap tubuh mengacu pada perasaan negatif dan kognisi mengenai tubuh individu. Menurut Husna (dalam Meliana & Retnaningsih, 2018), kesenjangan antara konsep tubuh ideal yang dimiliki seorang individu dengan kondisi tubuh yang sebenarnya akan menyebabkan perasaan tidak puas terhadap tubuh dan mendorong keinginan untuk mengubah bentuk atau berat badan dengan melakukan “diet”.

Hanum (dalam Meliana & Retnaningsih, 2018) mengatakan bahwa istilah “diet” yang sering digunakan oleh masyarakat merupakan usaha seorang individu dalam mengatur dan mengurangi asupan makanan untuk menurunkan dan mempertahankan berat badan dengan menggunakan metode yang biasanya tidak sehat dan membahayakan tubuh. Hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian karya Meliana & Retnaningsih (2018), sebanyak 58% responden memiliki status gizi normal, 67% berperilaku diet tidak baik, dan 81% tidak puas terhadap bentuk tubuh. Memperoleh bentuk badan yang menarik adalah alasan 66% responden melakukan diet. Mengurangi frekuensi makan menjadi metode diet 52% responden yang berarti ketidakpuasan terhadap tubuh diikuti dengan perilaku diet yang tidak baik. Dalam fenomena ini, remaja penggemar *K-Pop* melakukan perbandingan bentuk tubuh ideal yang dimiliki oleh idol Korea dengan realita bentuk tubuhnya sendiri.

Ketidakpuasan bentuk tubuh yang dialami oleh remaja penggemar *K-Pop* sejalan dengan hasil penelitian skripsi karya Wardhani (2016) menunjukkan bahwa subjek pertama (RB) merasakan ketidakpuasan bentuk tubuhnya yang terlalu kurus dan melakukan strategi *coping* berupa *appearance fixing* dengan mengonsumsi obat penambah berat badan. Pada subjek kedua (IR) merasakan ketidakpuasan bagian wajah serta warna kulitnya dan melakukan strategi *coping* berupa *appearance* dengan menggunakan produk kosmetik. Pada aspek kepuasan terhadap bagian tubuh, kedua subjek memilih bagian tubuh yang sama yaitu mata karena dipengaruhi oleh kegemaran kedua subjek terhadap *K-pop*.

Ketidakpuasan tubuh yang dialami oleh remaja penggemar *K-Pop* juga dipengaruhi oleh keinginan untuk membandingkan diri dengan idola *K-Pop*. Berawal dari membentuk pola perilaku membandingkan diri dengan bentuk tubuh idola yang proporsional akhirnya menyebabkan remaja penggemar *K-Pop* ingin memiliki bentuk tubuh yang serupa agar terlihat lebih menarik. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian dari jurnal karya Puspitasari & Ambarini (2017) ada hubungan positif antara *social comparison* dengan *body dissatisfaction* pada remaja perempuan ($r = 0,678$, $p = 0,000$). Jadi semakin sering remaja perempuan membandingkan bentuk tubuhnya dengan bentuk tubuh wanita lain yang lebih menarik, maka akan semakin tinggi pula tingkat *body dissatisfaction* yang dialaminya.

Ketidakpuasan bentuk tubuh atau *body dissatisfaction* yang dialami oleh remaja penggemar *K-Pop* dapat dipengaruhi oleh kelompok teman sebaya (*peer group*). Hall (2009) menjelaskan mengenai faktor-faktor yang memengaruhi *body dissatisfaction*, salah satunya yaitu hubungan dengan teman sebaya. Hubungan individu dengan teman sebaya merupakan suatu hal yang sangat penting. Teman sebaya mampu meningkatkan rasa cemas untuk melakukan penurunan berat badan yang banyak dilakukan oleh mahasiswi (Hall, 2009). Menurut Marliani (2016) kelompok sebaya menyediakan lingkungan bagi remaja untuk melakukan sosialisasi dengan nilai yang berlaku di kalangan mereka dan tempat ia menentukan jati dirinya. Marliani (2016) juga menyatakan dua sisi mengenai kelompok teman sebaya, di mana dalam hal ini satu sisi teman sebaya adalah tempat memperoleh informasi yang tidak bisa didapatkan dalam keluarga, tempat memperoleh kemampuan dan tempat kedua setelah keluarga yang mengarahkan remaja menuju perilaku yang baik serta tempat untuk melakukan koreksi diri terhadap kekurangan yang dimilikinya. Hal ini tentu akan memberikan dampak positif bagi remaja yang bersangkutan. Akan tetapi Marliani (2016) juga menyebutkan sisi lain dari kelompok teman sebaya yaitu apabila nilai-nilai yang dikembangkan dalam kelompok sebaya bersifat negatif maka hal tersebut akan mendorong remaja untuk bersikap dan berperilaku negatif. Oleh karena itu dalam hal ini pengaruh dari adanya peran kelompok teman sebaya sangat kuat yang bisa

menyebabkan lemahnya beberapa ikatan hubungan seperti hubungan antara individu dengan orangtua, sekolah dan norma-norma sosial yang berlaku.

Menurut riset yang dilakukan oleh KPAI atau Komisi Perlindungan Anak Indonesia (dalam Tianingrum & Nurjannah, 2019) menyatakan bahwa pada bulan Januari-Oktober 2017, terdapat 320 anak terpapar aktivitas criminal. Bakti (dalam Tianingrum & Nurjannah, 2019) menyatakan bahwa data tahun 2016 akhir terdapat 30 kasus kenakalan remaja yang telah ditangani oleh Kepolisian Unit PPA diantaranya kasus perkelahian, seks bebas, mabukmabukan, ngelem, balapan liar, oplosan, narkoba, pencurian yang sering dilakukan oleh remaja di Kota Samarinda. Menurut Walters (dalam Tianingrum & Nurjannah, 2019) mengatakan bahwa kenakalan remaja bisa terjadi karena adanya pengaruh dari teman sebaya. Para peneliti telah mengidentifikasi bahwa teman sebaya memainkan peran kunci dalam kenakalan dan perkembangan kejahatan. Pengaruh teman sebaya dapat membentuk perilaku remaja menjadi nakal, dikarenakan remaja mendapatkan tekanan-tekanan yang kuat dari teman sebayanya agar remaja bersikap konformitas terhadap tingkah laku sosial yang ada dalam kelompok tersebut (Tianingrum & Nurjannah, 2019). Agung (dalam Tianingrum & Nurjannah, 2019) mengatakan bahwa remaja lebih sering menghabiskan waktunya diluar rumah bersama kelompok teman sebayanya. Sebagai konsekuensinya pengaruh dari teman sebaya lebih besar daripada pengaruh keluarga karena kelompok teman sebaya menuntut remaja agar bisa menyesuaikan diri. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Tianingrum & Nurjannah (2019) menunjukkan bahwa mayoritas remaja terpengaruh oleh teman sebaya (54.6%) dan remaja yang nakal dan terpengaruh sebanyak 40,9%. Hal tersebut terjadi karena masa remaja menuntut remaja untuk mementingkan pertemanan dan mengikuti tindakan yang dilakukan oleh teman sebayanya, meski perilaku teman sebayanya cenderung menyimpang. Hal tersebut karena rasa ingin diakui dan diterima oleh kelompok sosial sebayanya.

Simarmata & Karo (2018) menjelaskan bahwa kenakalan remaja muncul akibat terjadinya interaksi sosial diantara individu sosial dengan kelompok sebaya, dimana peran interaksi dengan kelompok sebaya tersebut dapat berupa

imitasi, identifikasi, sugesti dan simpati yang dapat menyebabkan perlakuan menyimpang siswa. Perlakuan menyimpang yang akan timbul dari pergaulan dengan teman sebaya seperti meniru (imitasi) kenakalan yang dilakukan oleh teman sebayanya. Kenakalan remaja itu dapat berupa penyalagunaan NAPZA, Geng Motor, perkelahian, kerusakan, pencurian, membolos sekolah dan lain-lain. Remaja memiliki kecenderungan bahwa teman sebaya adalah tempat untuk belajar bebas dari orang dewasa, belajar menyesuaikan diri dengan standar kelompok, belajar berbagi rasa, bersikap sportif, belajar menerima dan melaksanakan tanggung jawab. Belajar berperilaku sosial yang baik dan belajar bekerjasama. Fenomena kehidupan remaja sering kita lihat dari berbagai informasi baik dari media cetak maupun media elektronik, seperti maraknya penggunaan narkoba dikalangan remaja, tawuran, sex bebas, pemerkosaan, meminum minuman keras, merokok, dan lainnya yang merugikan masyarakat. Pada saat ini kita dipertontonkan dengan berita pemerkosaan anak di bawah umur, tentu penyimpangan-penyimpangan perilaku ini sangatlah membahayakan bagi keamanan dalam bermasyarakat. Berbagai dampak dari perilaku menyimpang ini timbul dari salah satunya berasal dari pergaulan teman sebaya sehari-hari (Simarmata & Karo, 2018).

Menurut Sars (dalam Santrock, 2007), ciri-ciri teman sebaya mencakup interaksi antarsebaya, minat serta intensitas dalam berkelompok, peran sosial, dan perbandingan sosial. Interaksi antar sebaya remaja penggemar *K-Pop* sering kali mengadakan *event* untuk merayakan sesuatu seperti melakukan pertemuan kelompok untuk merayakan ulang tahun idola mereka, atau mengadakan perlombaan *dance cover* untuk mengapresiasi minat mereka terhadap idola Korea. Pertemuan yang dilakukan secara menetap dengan kelompok yang sama dapat memengaruhi pola pikir remaja penggemar *K-Pop* mengenai bentuk tubuh yang ideal. Tidak jarang dari mereka yang membagi *tips* agar mendapatkan bentuk tubuh yang ideal seperti idola mereka. Selanjutnya dalam minat dan intensitas dalam berkelompok, remaja penggemar *K-Pop* bisa membentuk kelompok dan intens melakukan pertemuan atau kegiatan yang berhubungan dengan idola Korea yang mereka minati. Hal ini disebabkan karena mereka memiliki kesamaan minat

dan merasa cocok satu sama lain selama berkomunikasi dalam membahas hal-hal yang berkaitan dengan idola mereka. Senada dengan pendapat Hakim (2017) teman sebaya sangat berperan penting dalam perkembangan sosial remaja. Peranan teman-teman sebaya terhadap remaja terutama berkaitan dengan sikap, pembicaraan, minat, penampilan dan perilaku remaja seringkali menilai bahwa bila dirinya memakai model pakaian yang sama dengan anggota kelompok yang populer, maka kesempatan baginya untuk diterima oleh teman-teman sebayanya menjadi besar.

Saat memasuki remaja awal, jumlah waktu dalam kegiatan sehari-hari remaja akan lebih banyak digunakan untuk berinteraksi dengan teman-teman sebayanya. Berbagai hal yang dialami oleh remaja mengenai informasi-informasi tentang hal yang menarik baik minat, hobi, gaya hidup dan lain-lain yang cenderung berkaitan dengan hal-hal yang menyenangkan. Sebagaimana kelompok sosial yang lain, maka *peer group* juga memiliki fungsi dan peranan yang penting (Hakim, 2017). Menurut Santrock (2007) mengatakan bahwa peran terpenting dari teman sebaya sebagai sumber informasi mengenai dunia di luar keluarga, sumber kognitif untuk pemecahan masalah dan perolehan pengetahuan, dan sumber emosional untuk mengungkapkan ekspresi dan identitas diri. Berdasarkan ketiga peranan tersebut, *peer group* berkontribusi dalam membentuk suatu sikap dan perilaku remaja penggemar *K-Pop* dari informasi-informasi yang mereka dapatkan.

Diketahui bahwa *girlband* dan *boyband* memiliki penampilan yang menarik dan sempurna di mata penggemar mulai dari bentuk tubuh yang langsing, warna kulit yang putih, postur tubuh yang tinggi, serta berbagai bentuk dan warna rambut yang kekinian sesuai karakteristik kelompok *K-Pop*. Memiliki bentuk badan yang ideal pastinya didambakan bagi semua orang. Para penggemar (*peer group*) *K-Pop* yang didominasi oleh usia remaja hingga dewasa awal menganggap tubuh merupakan bagian penting, terutama seseorang yang telah mengalami masa transisi dari masa anak-anak ke remaja yang sedang mengalami pubertas. Penggemar tersebut mencari informasi mengenai perkembangan idolanya di media sosial. Aktivitas tersebut rutin dilaksanakan seperti mempersepsikan yang

dilihat dari *life style*, aksesoris bahkan secara detail memperhatikan penampilan fisik idola masing-masing (Idris, 2020). Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wati dan Sumarmi (2017) menunjukkan bahwa salah satu SMA swasta di Surabaya menunjukkan presentase 61,5% remaja perempuan memiliki *body image* negatif, mengalami ketidakpuasan bentuk tubuh sebanyak 66,7% dan melakukan tindakan diet sebanyak 64,1%. Remaja putri yang memiliki citra tubuh negatif beresiko tiga kali mengalami *body dissatisfaction* atau ketidakpuasan bentuk tubuh dibandingkan remaja putri yang memiliki *body image* positif. Stiege (dalam Idris, 2020) mengungkapkan 20% dari 1.124 remaja mengalami depresi berat, hal ini dikarenakan tiga penyebab yaitu merasa tidak puas terhadap tubuh, melakukan diet ketat dan munculnya simtom-simtom bulimia.

Remaja yang memiliki minat dengan dunia *K-Pop* ingin menampilkan diri seperti idola mereka, khususnya yang berhubungan dengan penampilan fisik dan citra tubuh. Hal ini dapat dilihat bahwa idol *K-Pop* memiliki penampilan fisik yang menarik dan memiliki bentuk tubuh yang proporsional untuk memenuhi tuntutan pekerjaan. Akan tetapi tidak semua kalangan remaja memiliki tubuh yang proporsional seperti idola mereka. Hal ini menimbulkan ketidakpercayaan diri dan perasaan tidak puas akan bentuk tubuh (*body dissatisfaction*). Ketidakpuasan bentuk tubuh yang dialami oleh remaja penggemar *K-Pop* menyebabkan mereka mengalami kecemasan akan bentuk tubuh ideal. Senada dengan yang diungkapkan Cash dan Pruzinsky (dalam Ramadani & Sawitri, 2017) citra tubuh yang negatif cenderung menimbulkan *mood* yang negatif seperti kecemasan dan depresi, serta beberapa individu mengalami gangguan makan (*eating disorder*). Remaja penggemar *K-Pop* akan mengalami kecemasan setiap melakukan pengukuran berat badan jika memiliki berat badan berlebih atau kurang dari normal. Oleh karena itu mereka mencoba untuk melakukan berbagai cara untuk menurunkan ataupun menaikkan berat badan, salah satunya adalah dengan cara melakukan diet. Selain itu mereka juga memiliki perhatian berlebih pada penampilan fisiknya, di mana dalam hal ini mereka ingin berpenampilan seperti idola Korea.

Levine dkk (dalam Dwiputeri & Maulina, 2015) *body dissatisfaction* telah dihubungkan dengan berbagai macam perilaku makan yang tidak sehat dan

perilaku lain yang dapat membahayakan kesehatan, seperti *restrictive dieting* dan operasi plastik yang tidak perlu. Thompson et al (dalam Dwiputeri & Maulina, 2015) teori *tripartite influence model* juga menyatakan bahwa *body dissatisfaction* yang dihasilkan dari *social comparison* dapat berlanjut pada bulimia dan perilaku makan yang *restrictive*, yaitu pembatasan berlebihan terhadap jumlah makanan yang dikonsumsi untuk pengaturan berat badan. Menurut Hurlock (dalam Sari, Hardjono & Priyatama,) menjelaskan bahwa kepedulian terhadap citra tubuh dapat muncul karena para remaja menyadari bahwa dalam kehidupan bermasyarakat, individu yang menarik biasanya diperlakukan dengan lebih baik daripada mereka yang kurang menarik. Sedangkan menurut Harter (dalam Sari, Hardjono & Priyatama, 2010) menyatakan bahwa penampilan fisik merupakan suatu contributor yang sangat berpengaruh pada rasa percaya diri remaja. Menurut Drajat (dalam Sari, Hardjono & Priyatama, 2010) juga menjelaskan bahwa individu yang mengalami ketidakpuasan terhadap bentuk tubuhnya akan merasa kurang percaya diri dan timbul perasaan cemas ketika individu tersebut mengalami konflik batin serta tekanan perasaan.

Memperhatikan bentuk tubuh tidak hanya dilakukan secara individual tetapi dapat menjadi suatu pembahasan dalam kelompok, khususnya kelompok teman sebaya (*peer group*). Kelompok teman sebaya di lingkup remaja penggemar *K-Pop* yang memiliki minat sama akan memberi dampak negatif apabila nilai-nilai yang dikandung bersifat negatif. Salah satunya terkait dengan *body dissatisfaction* akibat ingin tampil sama dengan idola Korea, baik dalam hal bentuk tubuh yang proporsional ataupun gaya penampilan mirip idola. Remaja penggemar *K-Pop* yang merasa memiliki dukungan dan pemikiran yang sama terkait dengan bentuk tubuh ideal seperti idola Korea dalam suatu kelompok penggemar akan membentuk pola perilaku yang sama seperti melakukan diet sehat hingga diet ekstrim demi mencapai tujuan mereka. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Idris (2020) berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada enam penggemar *K-Pop* yang termasuk komunitas “X” penggemar idola *K-Pop* dengan usia 18-20 tahun dengan jenis kelamin perempuan menyatakan senang dan puas pernah mengikuti *style* rambut dan mewarnai rambut seperti idolanya.

Pernyataan lain, salah satu dari enam orang mengaku melakukan diet ketat untuk mengikuti kompetisi *cover dance* dengan tujuan mendapatkan penilaian baik dari juri. Individu ada keinginan memiliki kulit putih dengan cara rutin luluran dan memakai masker setiap hari agar mendapatkan kulit seperti orang Korea. Mereka juga mengaku suka meniru model *make up* seperti idolanya dan kerap membeli produk *skincare* untuk mempercantik diri mereka. Para penggemar *K-Pop* yang selalu memperhatikan idolanya cenderung memiliki persepsi bentuk fisiknya jauh dari kata sempurna jika dibandingkan dengan idolanya dan memengaruhi *body image* individu.

Centi (dalam Kurniawati & Suarya, 2019) mengatakan bahwa remaja perempuan cenderung lebih peka terhadap keadaan tubuh dan merasa kurang puas dengan bentuk tubuh yang dimiliki karena kepedulian utama remaja perempuan adalah memiliki tubuh yang sangat kurus yang diidentikkan dengan kecantikan, dan kesadaran remaja perempuan yang tidak mungkin mencapai tubuh ideal dapat menyebabkan munculnya kecemasan. Memiliki kecintaan terhadap *K-Pop* sebenarnya boleh saja asalkan tidak berlebihan hingga mendatangkan perasaan negatif dan merasa kurang puas serta kurang bersyukur akan bentuk tubuhnya sendiri karena selalu berpatokan kepada idola *K-Pop*. Oleh karena itu jika hal itu terus-menerus terjadi maka bisa menyebabkan perilaku *obsessive compulsive*. Hal ini sejalan dengan pendapat Nurlita & Lisiswanti (2016) mengatakan bahwa nilai-nilai sosial dan media massa sangat mempengaruhi citra tubuh dan pada akhirnya turut mempengaruhi citra diri, dimana seseorang yang memiliki kekhawatiran terkait dengan penampilan dianggap sebagai kekhawatiran yang patologis ketika mengganggu fungsi sosial atau pekerjaan yang disebut dengan istilah *body dysmorphic disorder*.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dirasa penting untuk dilakukannya penelitian tentang hubungan kelompok teman sebaya (*peer group*) dengan ketidakpuasan bentuk tubuh (*body dissatisfaction*) remaja penggemar *K-Pop*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dalam penelitian ini, peneliti merumuskan masalah yaitu : Bagaimana hubungan kelompok teman sebaya (*peer group*) dengan ketidakpuasan bentuk tubuh (*body dissatisfaction*) pada remaja penggemar *K-pop*.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan peran kelompok teman sebaya (*role of peer group*) dengan ketidakpuasan bentuk tubuh (*body dissatisfaction*) pada remaja penggemar *K-Pop*.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoretis

Secara teoretis manfaat dari penelitian ini adalah memberikan sumbangan ilmiah dalam bidang psikologi sosial, klinis, komunitas dan perkembangan, khususnya terkait dengan peran kelompok teman sebaya (*role of peer group*) dan *body dissatisfaction*.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Manfaat bagi subjek

Dengan adanya penelitian ini dapat memberikan informasi terkait hubungan peran kelompok teman sebaya (*role of peer group*) dengan ketidakpuasan bentuk tubuh (*body dissatisfaction*) pada remaja penggemar *K-Pop* sehingga subjek dapat mengetahui alasan yang mendorong terjadinya *body dissatisfaction* pada remaja penggemar *K-pop*.

2. Manfaat bagi remaja

Dapat memberikan informasi terkait bagaimana hubungan peran kelompok teman sebaya (*role of `peer group*) dengan ketidakpuasan bentuk tubuh (*body dissatisfaction*) pada remaja penggemar *K-Pop* sehingga para remaja dapat lebih selektif dalam memilih dan mengikuti *peer group*.