

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Di zaman globalisasi saat ini, teknologi semakin canggih sehingga tidak mengherankan lagi apabila informasi dapat tersebar secara cepat dan pesat. Hal inilah yang menyebabkan munculnya budaya-budaya dari negara lain yang dapat membuat orang lain merasa senang dengan melihat budaya yang ditampilkan melalui teknologi. Salah satunya, kebudayaan dari negara Korea Selatan yang saat ini tengah di gemari oleh masyarakat di dunia yaitu budaya *Hallyu* atau *Korean Wave* yang memiliki arti Gelombang Korea. *Hallyu* atau *Korean Wave* terdiri dari 4 bagian yang menjadi komoditas ekspor ke pasar Internasional, diantaranya *Hallyu (K-Drama)*, *Hallyu (K-Pop)*, *Hallyu (K-Food)* dan *Hallyu (K-Fashion)*. (Necula, 2017).

*Hallyu* atau *Korean Wave* merupakan arus yang sengaja dibuat sebagai proses industri yang melibatkan Pemerintah Korea Selatan dan pihak swasta di Korea Selatan dan Amerika Serikat. Mulanya *Korean Wave* dibentuk bertujuan sebagai upaya untuk keluar dari krisis ekonomi yang dialami oleh negara Asia di akhir tahun 1990-an. *Korean Wave* disebut juga sebagai fenomena kapitalisme Asia dan proses kapitalisme global. Popularitas *Korean Wave* saat ini menggunakan teknologi media sebagai alat ekspansi yang memfasilitasi sirkulasi secara simultan dalam proses penyebaran popularitas budayanya. Oleh sebab itu, *Korean Wave* ditunjukan sebagai strategi dari kegiatan industri budaya yang menggunakan teknologi media untuk mempopulerkan produk dari Korea Selatan. (Valentina & Istriyani, 2013).

Fenomena *Hallyu* pertama kali di populerkan oleh jurnalis di Beijing terkait dengan merebaknya popularitas *Hallyu* dengan cepat di negeri Tirai Bambu, China. Diawali pada tahun 1997 dengan pemutaran seri *K-Drama* yang berjudul *What Is Love About* yang disiarkan oleh stasiun televisi China's national China Central Television (CCTV). Menurut Doobo Shim dalam bagian *The Growth of Korean Cultural Industries and The Korean Wave* seri *K-Drama* *What*

*Is Love About* meraup rating 56%. Kemudian, fenomena *Hallyu* digunakan untuk menyebutkan apapun yang terkait dengan popularitas budaya dari negeri ginseng tersebut seperti musik, film, drama, gaya hidup (*life style*) dan makanan yang saat ini merebak di berbagai penjuru dunia. (Muhammad, 2012).

Selain merebaknya *Hallyu K-Drama*, saat ini *Hallyu K-Pop* juga ikut merebak dan mendapatkan popularitas yang tinggi di berbagai penjuru dunia. *K-Pop* (Korean pop) adalah sebuah genre musik pop yang bercirikan *dance*, elektropop, hip-hop, *rock* dan *rap*. *K-Pop* berasal dari negara Korea Selatan. Globalisasi budaya pop Korea atau *K-Pops* saat ini berhasil mempengaruhi masyarakat di dunia tak terkecuali di Indonesia. Masuknya *K-Pop* di Indonesia melalui media, baik media *online* seperti media sosial dan internet ataupun media cetak seperti film, drama, *boyband*, *girlband*, majalah dan koran. Selain itu, tak ketinggalan segala atribut yang berbau Korea berhasil menarik minat pada masyarakat di Indonesia, seperti produk elektronik, alat *make-up*, *fashion*, *food* serta atribut lainnya yang menjadi incaran para anggota komunitas *K-Pop (fandom)* yang ada di Indonesia. Mereka berusaha untuk mencari atau *searching* di internet mengenai atribut Korea yang di pasarkan oleh idola atau artis *K-Pop* di internet untuk menunjukkan identitas *fandom* mereka agar bisa *couple* dengan sang idola (Wuryanta, 2012).

Perkembangan *Hallyu K-Pops* saat ini banyak penggemar dari kalangan remaja. Pada tahapan remaja ini, remaja cenderung berusaha untuk mencari jati dirinya sendiri dengan berekspresi dan melakukan yang apa mereka sukai. Di masa remaja, individu dihadapkan dengan peran baru dan remaja juga ingin mempelajari peran baru tersebut dari lingkungan sosial seperti keluarga, teman, masyarakat dan termasuk dari *role model* yang menjadi figur dari remaja seperti tokoh idola di televisi maupun internet. Menurut Hasanah (2013) salah satu sumber yang mempengaruhi pembentukan identitas pada remaja yaitu *role model* atau tokoh idola. *Role model* yaitu seseorang yang berarti bagi remaja atau orang yang dikagumi oleh remaja. Pada umumnya, *role model* yang menjadi idola remaja seperti artis, penyanyi, bintang film (aktor / aktris) dan olahragawan (Novianti, 2015).

Saat ini, adanya teknologi yang berkembang pesat dapat mempermudah dalam mengakses internet baik dalam negeri maupun di luar negeri. *K-Poptidak* terlepas dari internet sebagai peran media dan penyalur informasi yang mudah diakses oleh semua orang (Asmoro, 2015). Internet sebagai alat komunikasi dengan memakai perantara seperti *handphone* dan komputer untuk mempermudah mengakses. Internet memiliki dua sisi, sisi positif dan sisi negatif. Sisi positif meliputi informatif, kenyamanan saat mengakses, dan tidak mengganggu waktu. Sisi negatif meliputi tetap *online* untuk kesenangan dan kepuasan saat mengakses, menggunakan internet 38 jam atau lebih per minggu dan mengabaikan interaksi sosial (KOC, 2011).

Penggunaan internet yang berlebihan adalah masalah yang umum terjadi saat ini. Pesatnya perkembangan teknologi yang semakin canggih dari tahun ke tahun membuat sebagian orang lebih asyik bermain internet daripada bersosialisasi di lingkungannya. Kecanduan internet disebut juga gangguan kecanduan penggunaan internet secara patologis, penggunaan internet berlebihan dan penggunaan internet kompulsif (Kim, 2008).

Seseorang yang mengalami kecanduan internet dalam menggunakan online mereka. Pecandu internet menghabiskan waktu untuk online antara 40 hingga 80 jam per minggu dengan sesi waktu hingga 20 jam. Pengguna internet menjadi terikat pada ruang obrolan (*chat room*) dan aplikasi pesan instan seperti *facebook*, *email*, *e-Bay*. Para Pengguna terlalu sering melihat aplikasi *chat room*, *facebook*, *email*, dan *e-Bay* hanya untuk melihat kehidupan mereka menjadi semakin tidak terkendali sehingga dapat mengganggu pola tidur dan jam tidur yang menjadi tidak konsisten karena selalu mengecek *handphone* hingga larut malam dan pecandu internet pada umumnya akan menjelajah internet hingga pukul 2:00, 3:00, 4:00 atau 5:00 pagi (Young, 2004).

Permasalahan mengenai kecanduan internet terjadi pada remaja penggemar *K-Pop* di komunitas Light Galaxy Entertainment. Hal ini dibuktikan dengan wawancara yang telah dilakukan pada tanggal 2 Februari 2019. Hasil wawancara diuraikan sebagai berikut:

*”Aku udah 3 tahun jadi penggemar K-Pop mbak. alasan ku suka K-Pop itu karena lagunya yang easy listening sama dance nya itu loh mereka bisa kompak. Dari K-Pop juga aku mulai masuk ke komunitas LG ini mbak untuk ngasah kemampuan dance ku. Aku tiap hari selalu liat video K-Pop di YouTube, ya gimana ya mbak udah jadi kebiasaan ku sih kalo tiap hari mesti buka YouTube buat nonton K-Pop. aku juga kalo mau download-download MV K-Pop apa drakor gitu biasanya sih aku nyari tempat yang nyediain wi-fi, kadang aku minta hotspot temenku buat download. Kalo pake kuota kan eman-eman kuota ku mbak, mending aku nyari tempat wi-fi apa minta hotspot temenku buat download.”(Subjek 1)*

*“Dari SMP aku mulai suka K-Pop, dulu aku suka sama lagunya Super Junior, SNSD, Wonder Girl’s, Miss A sama BigBang. Lagu-lagu mereka itu bagus-bagus semua, terus sekali dengerin langsung nyantol di telinga, dance nya mereka juga bisa sinkron. Aku gabung di komunitas LG ini karena aku terinspirasi sama idola K-Pop, aku berharap suatu saat aku bisa jadi idol K-Pop di agensi Big 3. Dari SMP aku udah ngoleksi poster, album, sama merchandise idol K-Pop. aku setiap waktu nonton video K-Pop di YouTube, kadang juga di Instagram sih. Kalo di bilang “addict”aku emang udah addict sama K-Pop. Berita apapun mengenai idol K-Pop aku selalu ikutin di sosmed. Aku paling nggak bisa nggak bisa jauh-jauh dari HP”.* (Subjek 2).

*“Aku udah lama jadi penggemar K-Pop, mungkin udah 7 tahunan mbak. di komunitas LG ini aku bisa dibilang udah senior, aku udah sering ngikutin lomba-lomba dance K-Pop. kalo aku sehari nonton video K-Pop di YouTube bisa sekitar 10-15 kali, aku juga ngerasa kalo nonton K-Pop itu udah kewajiban. Akun sosial media idola K-Pop aku follow semua dan aku sering sih ngasih komentar di sosmednya. Rasanya itu gimana ya, ada rasa kepuasan dan kesenangan kalo udah nonton K-Pop di YouTube”. (Subjek 3).*

*“Kalo aku udah lama jadi fans K-Pop sih sekitar 10 tahunan ini mbak. aku mulai suka K-Pop dari tahun 2009-an. Awal mula aku suka K-Pop itu karena lagu nya SNSD sih. Nah, dari situ aku mulai kepo nih sama member-member SNSD, terus agensi-agensi di Korea sana. Dari SNSD juga aku gabung di LG ini mbak buat ngasah dance sama vokal ku. Aku tiap hari sih pasti nonton video K-Pop di YouTube. Kalo aku sehari nggak buka YouTube buat nonton K-Pop itu rasanya aneh mbak, ada yang kurang gitu. Kalo aku udah asyik nonton video K-Pop bisa sampai lupa mandi mbak, kalo pas makan gitu ya aku sambil pegang HP buat nonton K-Pop”.*(Subjek 4)

Berdasarkan hasil wawancara dengan ke empat subjek diatas, maka dapat disimpulkan bahwa ke empat subjek tersebut setiap hari selalu menggunakan internet untuk mengakses konten mengenai video *K-Pop* di *YouTube* dan *Instagram*. Dan ke empat subjek diatas merupakan penggemar *K-Pop* yang mengalami gangguan kecanduan internet.

Kecanduan internet adalah penggunaan internet secara intensif yang digambarkan sebagai gangguan kontrol impuls mengakibatkan permasalahan pada fisik, kognitif, psikososial dan emosi. Kecanduan internet bisa dikatakan seperti perjudian patologis (Young, 2004).

Penggunaan internet yang berlebihan bisa membahayakan tubuh pada individu. Kecanduan internet juga sama bahayanya dengan kecanduan obat atau zat terlarang. Kecanduan internet dapat dikategorikan menjadi 5 sub tipe khusus, seperti kecanduan *cyber-seksual*, kecanduan hubungan cyber, kompulsi bersih, informasi secara berlebihan dan kecanduan komputer. Young (Kim, 2008).

Individu yang mengalami kecanduan internet tidak mau jika disebut pecandu internet. Karena individu tersebut tidak merasa bahwa dirinya melakukan online secara berlebihan. Individu yang mengalami kecanduan internet tidak mampu membatasi penggunaan internet sehingga menyebabkan individu tersebut kehilangan kontrol diri dalam dirinya (Widiana, Retnowati, & Hidayat, 2004).

Ketidakmampuan individu dalam mengontrol dirinya untuk berselancar di internet merupakan salah satu tanda bahwa individu tersebut telah mengalami kecanduan internet. Ningtyas (2012) mengemukakan bahwa kontrol diri merupakan kemampuan untuk mengarahkan tingkah laku secara impulsif pada individu sehingga kontrol diri sangatlah penting untuk dikembangkan oleh individu agar terhindar dari gangguan yang disebabkan oleh suatu objek.

Rodin dan Sarafino (Widiana, Retnowati, & Hidayat, 2004) mendefinisikan bahwa kontrol diri merupakan perasaan pada individu untuk membuat keputusan dan mengarahkan tindakan secara efektif untuk meminimalisir akibat yang ditimbulkan.

Penelitian mengenai kecanduan internet sudah banyak diteliti oleh peneliti terdahulu. Seperti penelitian dari Prasetya (2014) yang berjudul Fenomena

*Internet Addiction* pada Mahasiswa dengan menggunakan metode kualitatif studi fenomenologi. Pengumpulan data dalam penelitian tersebut menggunakan metode wawancara dan observasi. Hasilnya terdapat dampak negatif dari kecanduan internet.

Penelitian dari (Basri, 2014) yang berjudul Kecenderungan Internet Addiction Disorder pada Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Ditinjau Dari Religiositas yang menggunakan metode kuantitatif serta teknik yang digunakan yaitu purposive sampling. Hasilnya terdapat hubungan negatif signifikan antara religiositas dan kecenderungan internet (*Internet Addiction Disorder*).

Selanjutnya penelitian dari Fauziah (2017) yang berjudul Hubungan Kecanduan Internet dengan Kemampuan Sosialisasi pada Mahasiswa Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta dengan menggunakan metode kuantitatif dan teknik yang digunakan yaitu *accidental sampling*, serta analisis data menggunakan *product moment* dari *Carl Person*. Hasil penelitian tersebut terdapat hubungan negatif signifikan antara kecanduan internet dengan kemampuan sosialisasi pada mahasiswa psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan diatas, dapat dirumuskan masalah apakah ada hubungan antara kontrol diri dengan kecanduan internet pada remaja penggemar *K-Pop* di Semarang?

## **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini yaitu bertujuan untuk menguji hubungan kontrol diri dengan kecanduan internet pada remaja penggemar *K-Pop* di Semarang.

#### **D. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat teoritis yang diharapkan dapat memberikan kontribusi pada bidang ilmu psikologi klinis mengenai kontrol diri dan kecanduan internet pada remaja penggemar *K-Pop* di Semarang
2. Manfaat praktis yang diharapkan untuk memberikan pemahaman pada remaja pentingnya kontrol diri yang merupakan salah satu faktor yang harus dimiliki untuk mencegah terjadinya gangguan kecanduan internet.