

**FENOMENA *CELEBRITY WORSHIP* PADA PENGGEMAR
KPOP IDOL DI KOTA SEMARANG
(ANALISIS BIMBINGAN DAN KONSELING ISLAM)
SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana (S-1)

Jurusan Bimbingan dan Penyuluhan Islam (BPI)



Oleh :

DETTY LAYLA HASAN

1601016123

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG**

2021

NOTA PEMBIMBING

Lamp. : 5 (Lima) ekslembar

Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

UIN Walisongo Semarang

di Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, mengadakan koreksi dan melakukan perbaikan sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa skripsi saudara :

Nama : Detty Layla Hasan

NIM : 1601016123

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Jurusan : Bimbingan dan Penyuluhan Islam

Judul : Fenomena Celebrity Worship Pada Penggemar Kpop Idol di Kota Semarang (Analisis Bimbingan dan Konseling Islam)

Dengan ini kami setuju, dan mohon agar segera diujikan. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 22 Desember 2021

Pembimbing,



Hj. Widayat Mintarsih, MPd

NIP. 19690901 200501 2 001

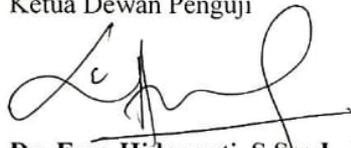
SKRIPSI

**FENOMENA CELEBRITY WORSHIP PADA PENGGEMAR KPOP
IDOL DI KOTA SEMARANG (ANALISIS BIMBINGAN DAN
KONSELING ISLAM)**

Disusun Oleh:
Detty Layla Hasan
1601016123

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 22 Desember 2021 dan dinyatakan LULUS memenuhi syarat guna
memperoleh gelar Sarjana Sosial (S. Sos)
Susunan Dewan Penguji

Ketua Dewan Penguji



Dr. Ema Hidayanti, S.Sos.I., M.S.I
NIP. 19820307 200710 2 001

Sekretaris Dewan Penguji



Hj. Widayat Mintarsih, M.Pd.I
NIP. 19690901 200501 2 001

Penguji I



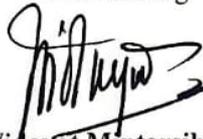
Ulin Nihayah, M.Pd.I
NIP. 19880702 201801 2 001

Penguji II



Ayu Faiza Algifahmy, M.Pd
NIP. 19910711 201903 2 018

Mengetahui
Pembimbing



Hj. Widayat Mintarsih, M.Pd.I
NIP. 19690901 200501 2 001

Disahkan Oleh

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Kamis, 7 Januari 2022



Dr. H. Ihsan Supena, M.Ag
NIP. 19720410 200112 1 003

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Detty Layla Hasan

NIM : 1601016123

Jurusan : Bimbingan dan Penyuluhan Islam

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi saya ini adalah hasil kerja saya sendiri dan didalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi di lembaga pendidikan lainnya. Pengetahuan yang diperoleh dari hasil penelitian maupun yang belum/tidak diterbitkan, sumbernya dijelaskan di dalam tulisan dan daftar pustaka.

Semarang, 22 Desember 2021

Penulis



Detty Layla Hasan

Nim: 1601016123

MOTTO

أَفَرَأَيْتَ مَنْ اتَّخَذَ إِلَهَهُ هَوَاهُ وَأَضَلَّهُ اللَّهُ عَلَى عِلْمٍ وَخَتَمَ عَلَى سَمْعِهِ وَقَلْبِهِ وَجَعَلَ عَلَى بَصَرِهِ
عِشْوَةً فَمَنْ يَهْدِيهِ مِنْ بَعْدِ اللَّهِ أَفَلَا تَذَكَّرُونَ

Maka pernahkah kamu melihat orang yang menjadikan hawa nafsunya sebagai tuhannya dan Allah membiarkannya sesat dengan sepengetahuan-Nya, dan Allah telah mengunci pendengaran dan hatinya serta meletakkan tutup atas penglihatannya? Maka siapa yang mampu memberinya petunjuk selain Allah (membiarkannya sesat?) Mengapa kamu tidak mengambil pelajaran? Q.S. Al-

Jasiah: 23

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur alhamdulillah kepada Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan kasih sayang-Nya saya diberikan kesempatan untuk menyelesaikan karya tulis akhir ini segala yang ada disini saya persembahkan kepada :

1. Almater yang penuh keberkahan Jurusan Bimbingan dan Penyuluhan Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang
2. Kepada ayah saya Muhammad Hasan, ibu saya (alm) Kusmiasih, dan mama tercinta Mustini, S.Pd yang selalu memberikan saya dukungan dan doa tanpa henti kepada penulis
3. Teruntuk adik kebanggan saya Anelkhan Ali Hasan yang selalu memberikan kebahagiaan pada hidup saya.
4. Seluruh dosen Jurusan Bimbingan dan Penyuluhan Islam Fakultas Dakwah Komunikasi UIN Walisongo Semarang

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis haturkan kepada Allah Swt. Yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya, sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan. Shalawat serta salam tercurahkan kepada junjungan nabi Muhammad Saw. Keluarganya, para sahabat dan para pengikutnya yang telah menuntun umat manusia ke jalan yang benar.

Sebuah kebahagiaan bagi penulis, karena tugas dan tanggung jawab untuk menyelesaikan studi strata 1 (S1) pada ilmu Bimbingan dan Penyuluhan Islam fakultas dakwah dan komunikasi UIN walisono Semarang dapat Menyelesaikan dengan baik, dengan judul skripsi: Fenomena Celebrity Worship pada penggemar Idol KPop di Kota Semarang (Analisis Bimbingan dan Konseling Islam).

Penulis menyadari tersusunnya skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini, penulis menyampaikan rasa terimakasih yang tulus kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Imam Taufiq, M.Ag. selaku Rektor UIN Walisono Semarang
2. Bapak Dr. Ilyas Supena, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisono Semarang
3. Ibu Dr. Ema Hidayanti, S.Sos.I., M.S.I. selaku ketua jurusan BPI yang telah memberikan izin penulisan skripsi ini
4. Ibu Hj. Widayat Mintarsih. selaku selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya dengan penuh kesabaran memberikan pengarahan dan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini
5. Segenap dosen yang telah mengajar dan membimbing selama penulis belajar di bangku perkuliahan beserta seluruh karyawan di lingkungan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisono Semarang
6. Pimpinan serta staf perpustakaan Fakultas Dakwah dan Komunikasi dan Perpustakaan Pusat Universitas UIN Walisono Semarang yang

telah memberikan izin serta pelayanan perpustakaan yang diperlukan dalam penyusunan skripsi

7. Kakak Nabia dan Kakak Fay selaku ketua komunitas Army serendipity dan Ikonik Semarang yang telah banyak membantu saya.
8. Ayah saya Muhammad Hasan, ibu saya (alm)Kusmiasih dan mama saya tercinta Mustini. S. Pd yang selalu memberikan dukungan, doa, dan segala yang dipunya untuk selesainya skripsi ini.
9. Adik laki-laki tersayang Anelkhan Ali Hasan yang selalu memberikan keceriaan dihidup saya.
10. Teman-teman seperjuangan BPI angkatan 2016 khususnya kelas BPI C yang telah memberikan warna dalam kehidupan perkuliahan saya.
11. Sahabat-sahabat saya Wiwit Cahyatil C, Lia Amania, Anditya Yasmine F. A, Hayya Nuraidha, Agung Satriyo, Rodyat Rochmanaji, Sifa Nur Hanifah, Tri Yulina, Ahmad Yugo yang sudah mau menerima saya dan tidak pernah menghakimi saya disaat berada di titik terendah terima kasih banyak.
12. Adik-adik saya yang menggemaskan Yuniastika, Arifa, yang mau saya repotkan setiap saat .
13. Sahabat-sahabat saya, Keluarga Besar DSC 2016, HMJ BPI Periode 2017, BPI D 2017, dan keluarga besar DSC terutama angkatan 18 yang selalu ada di sisi saya.
14. Seluruh rekan kerabat organisasi PMII yang pernah berjasa dihidup saya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

Setelah melalui proses panjang dan penuh tantangan, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang tentunya masih banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Walaupun demikian, penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan penulis khususnya. Semoga Allah senantiasa melimpahkan taufiq dan hidayah-Nya kepada penulis dan semua pihak yang telah membantu penulisan skripsi ini.

Semarang, 22 Desember 2021

Penulis

Detty Layla Hasan

ABSTRAK

Sekripsi ini disusun oleh Detty Layla Hasan (NIM:1601016123) dengan judul **“Fenomena Celebrity Worship pada Penggemar Kpop Idol di Kota Semarang (Analisis Bimbingan dan Konseling Islam)”**. Jurusan Bimbingan dan Penyuluhan Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang tahun 2021.

Celebrity worship merupakan sebuah fenomena yang terjadi akibat melakukan aktivitas melihat, mendengar, membaca, dan menelusuri kepribadian idola dimana pemicu utamanya terdapat kekurangan dalam pribadi sehingga mereka mencoba memenuhi dengan berbagai cara salah satunya dengan melakukan aktivitas pengidolaan. *Celebrity worship* biasanya dilakukan oleh remaja dimana ia sedang dalam fase krisis perubahan emosi dan kognitif sehingga membutuhkan sosok figure untuk dijadikan referensi. Dalam hal ini peneliti mencoba meninjau fenomena ini dengan bimbingan dan konseling Islam dengan rumusan masalah 1. Bagaimana fenomena *celebrity worship* pada penggemar KPop idol di kota Semarang ? 2. Bagaimana analisis bimbingan dan konseling ? penelitian ini berlatar belakang penggemar kpop idol dari komunitas yang berada di Semarang

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus yang menggeneralisasi kasus yang spesifik

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa fenomena *celebrity worship* marak berada pada penggemar idol Kpop yang ada di Semarang. Fenomena yang terjadi pada penggemar berada pada tahapan *intense personal feeling* atau pada tahapan yang sudah tidak normal, dilatar belakang kesehatan mental yang rendah. Ciri kesehatan mental rendah yang sesuai dengan penggemar yakni ketidakmampuan menyesuaikan diri dengan kondisi lingkungan ataupun perubahan emosional yang biasanya terjadi karena fase pubertas pada remaja. Bentuk perilaku *celebrity worship* pada penggemar ialah *dissociation, tendencies toward addiction, compulsive buying* dan *depression and anxiety*

1. Fenomena *celebrity worship* pada penggemar KPop Idol di Kota Semarang terjadi karena aktivitas mendengar, melihat, membaca, dan menelusuri kepribadian idola melebihi kepeduliannya terhadap dirinya sendiri.

2. Analisis bimbingan dan konseling Islam yang digunakan pada fenomena *celebrity worship* penggemar Kpop Idol di Kota Semarang menunjukkan bahwa tingkat kesehatan mental yang rendah mengakibatkan dampak *celebrity worship* pada tingkatan yang tinggi dimana pengaruh komunitas yang menaungi penggemar mampu mermbantu mengurangi dampak *celebrity worship* yang bersesuaian dengan tujuan bimbingan dan konseling Islam dalam upaya pengembalian kesadaran dan kemampuan seseorang untuk berinteraksi dengan oranglain dalam rangka pemenuhan kebutuhan jiwa seseorang. Komunitas yang menaungi juga merepresentasikan fungsi dari bimbingan dan konseling Islam yang dengan adanya kegiatan *charity* dan diskusi yang dilakukan oleh komunitas.

Kata kunci: ***Celebrity Worship, Penggemar Kpop Idol, Bimbingan dan Konseling Islam***

DAFTAR ISI

NOTA PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. LATAR BELAKANG	1
B. RUMUSAN MASALAH.....	10
C. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN	10
D. TINJAUAN PUSTAKA	10
E. METODE PENELITIAN	14
F. SISTEMATIKA PENULISAN.....	22
BAB II LANDASAN TEORI	24
A. FENOMENA	24
B. CELEBRITY WORSHIP	25
C. PENGGEMAR IDOL KPOP.....	32
D. PSIKOLOGI PERKEMBANGAN	39
E. REMAJA	41
F. KESEHATAN MENTAL	44
G. BIMBINGAN DAN KONSELING ISLAM	46
H. COGNITIVE BEHAVIOR THERAPY	58
BAB III GAMBARAN UMUM PENELITIAN.....	61
A. Gambaran Umum Penggemar Kpop Idol di Kota Semarang	61

B.Fenomena Celebrity Worship Pada Penggemar Kpop Idol Kpop di Kota Semarang.....	73
C.Analisis Bimbingan dan Konseling Islam.....	79
BAB IV ANALISIS FENOMENA CELEBRITY WORSHIP PADA PENGEMAR KPOP IDOL DI KOTA SEMARANG (ANALISIS BIMBINGAN DAN KONSELING ISLAM)	85
A.Analisis Celebrity Worship Pada Penggemar Idol KPop Di Kota Semarang.....	85
A. Aspek Celebrity Worship.....	85
B. Dampak Celebrity Worship.....	88
B.Analisis Bimbingan dan Konseling.....	92
A.Analisis Tujuan Bimbingan dan Konseling Islam	92
B.Analisis Fungsi Bimbingan dan Konseling Islam.....	94
BAB V PENUTUP.....	98
A. Kesimpulan.....	98
B.Saran-saran	99
C.Penutup	99
DAFTAR PUSTAKA	101

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Globalisasi merupakan bentuk dari perkembangan dunia yang semakin tak terelakkan oleh seluruh manusia dari berbagai belahan bumi. Mereka mampu menyentuh seluruh aspek kehidupan manusia. Pesatnya kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi di bidang komunikasi telah mempermudah arus informasi kesegala penjuru tanpa mengenal batas-batas lingkungan geografik, politik, maupun kebudayaan dan identitas (Wabaa et al, 2018: 2) Salah satu dampak nyata globalisasi adalah tren budaya global seperti *Westernisasi* dan yang paling baru dan segar adalah *Hallyu* atau *Korean Wave*. *Westernisasi* sendiri adalah sebuah proses dimana pola kehidupan masyarakat meniru gaya budaya Barat seperti gaya berpakaian, tingkah laku, maupun kebudayaan (Wikipedia). *Westernisasi* di seluruh dunia menurut Antony Black diawali sejak tahun 1700-an (Black, 2006: 39). Sedangkan *Hallyu* Korean Wave atau Hallyu adalah istilah yang diberikan oleh media massa dari Cina untuk budaya pop Korea Selatan yang tersebar secara global di berbagai negara di dunia yang dimulai periode pertama dengan penayangan drama televisi *What Is Love All About ?* pada tahun 1997-an di Cina dan mendapat perhatian besar, hingga setelahnya ia menjadi hit di Taiwan dan Cina. Sejak saat itu televisi Korea, drama dengan cepat mengambil waktu tayang di saluran televisi di negara-negara sekitar seperti Hongkong, Taiwan, Singapura, Vietnam dan Indonesia yang mana melihat liberalisasi media dimulai pada 1990-an. Selain itu, hal ini juga disebabkan adanya krisis ekonomi di Asia yang berdampak membawa situasi dimana pembeli Asia lebih memilih program Korea yang harganya jauh lebih murah. (Shim, 2006: 9)

Menurut Korean Culture and Service Information pada periode kedua *Hallyu* mulai berkembang pada akhir 2000-an dan Kpop di Asia

Tenggara memainkan peran utamanya dalam memicu “Neo Korea Wave” atau *Hallyu baru* dengan musik pop Korea yang dibawakan oleh Super Junior, Girls Generation, Bigbang, Shinee, sebagai kekuatan utamanya kekuatan pendorong dari audience global yang tertarik dengan budaya Korea. Setelah itu muncullah berbagai ide baru untuk membentuk grup serupa dengan idol Korea dari berbagai negara sebagai acuan yang pantas untuk ditiru dengan standar negara masing-masing. (Korean Culture and Service Information, 2011: 32) sedangkan di Indonesia Hallyu ini datang tepat ditahun 2002 dengan kesuksesan drama populer *Endless Love* yang mulai membuka alur cerita baru dilanjut dengan serial *Dae Jang Geum (Jewel in the Palace)* yang tayang pada 2005 menguras emosi penonton di Indonesia. Hallyu dapat menjadi besar berkat dukungan pemerintah Korea di masa lalu yang sebenarnya hanya untuk mengantisipasi hegemoni Barat masuk ke wilayahnya, karena pemanfaatan program “Lima tahun Rencana Pengembangan Budaya” yang baik mereka membuat bentuk budaya sendiri (Tae Young Kim et.al, 2016: 8).

Faktor lainnya yang merupakan inti dari Hallyu adalah personality idol yang ditunjukkan oleh medianya. Agensi entertainment Korea mempersiapkan trainee atau calon idol atau artis dengan persiapan yang sangat matang. Menurut Shim Lee Soo Man menginisiasi Kpop agar sesuai keinginan masyarakat. Lee Soo Man adalah pendiri perusahaan entertainment Korea Selatan terbesar dan tersukses melakukan penelitian terhadap remaja di kawasan Asia fans bagaimana sosok idol, artis yang mereka sukai, atau mereka anggap menarik dan dambakan. Penelitian dilakukan lebih dari dua tahun tersebut menghasilkan kriteria artis yang diinginkan remaja Asia pun menjadikan Kpop dengan standarnya yang kita ketahui sampai sekarang (Shim, 2006: 11) . Maharani Putri dkk menuturkan para trainee melakukan pelatihan minimal 3th bahkan terdapat trainee hingga 10th baru didebutkan dan di publikasikan demi hasil yang tidak mengecewakan, pendalaman karakter dengan usia yang dimulai 12th atau sekolah dasar. (Maharani Putri et. al, 2021: 77).

Industry K-Pop memanfaatkan psikologi manusia yang tertarik pada kesenangan dan kepuasan tanpa usaha. Mereka menggunakan Idola mereka untuk menjadi bahan halusinasi. Sudah menjadi rahasia umum idol Kpop dibentuk dengan image 'kekasih' dari fans mereka maka banyak informasi yang ditutupi dan dilebihkan disisi lain. Idol Kpop adalah kekasih bahkan suami atau cinta bagi penggemarnya, perkataannya merupakan petuah.

Pembentukan karakter yang sedemikian rupa hal ini membuat tidak hanya kaum muda atau penikmat music Kpop menjadi kecanduan tetapi terpengaruh pada pemikiran, perasaan dan perilaku. Anggota K-Popers dalam berkomunikasi untuk menunjukkan dia adalah bagian dari fans artis tertentu mereka mempunyai perilaku tertentu pula, seperti dalam penelitian dari Mamiiek Sayyidatus Shalihah mengungkapkan penggemar cenderung melakukan komentar pada segala macam postingan, bernyanyi, berdiskusi, mengunduh lagu, menunjukkan ekspresi, menggerakkan tubuh atau mengikuti koreografi tarian, mencari terjemahan lagu serta berbagi informasi apapun pada segala macam platform yang ia punyai (Shalihah, 2019: 96). Bentuk dukungan aktivitas sang idol dalam berbagai nominasi penghargaan, mereka tak segan segan menyisahkan waktunya untuk sang idol agar mendapat kemenangan.

Menurut Muhammad Khairil et al, penggemar Kpop benar-benar tidak bisa dengan mudah melepas social media, karena sosmed inilah yang mampu memenuhi kebutuhan mereka akan informasi dan salah satu sarana pemberian dukungan pada idola walau berjarak ribuan km wilayah negara (Muhammad Khairil et al, 2019: 10) Hal lain adalah membuat video atau hasil karya sang artis menjadi sukses dan terkenal ialah ; membantu melakukan stream agar mendapat royalty, pembelian merch, album, pembelian tiket konser, transaksi tontonan atau konten berbayar dari agensi sebagai bentuk cinta, juga mengikuti project-project tertentu. Project yang sering dilakukan biasanya mengenai hari penting sang idola seperti hari ulangtahun, atau perayaan debut sang idol. Pembelian album

dan tiket konser sang artis yang banyak memakan uangpun mereka jalani dengan sepenuh hati. Para penggemar benar-benar tidak ingin tertinggal berbagai informasi apapun yang biasanya muncul diacara variety show, acara pekan music, atau guest star sebuah acara antusias inilah yang menyebabkan mereka kecanduan pada internet yakni menemui kekasihnya. Sedikit disayangkan karena salah satu keunggulan internet hari ini adalah kita dapat mengakses kapan saja dimana saja atau kita bisa mengulang tayangan yang tertinggal. Fenomena inilah yang disebut dengan *celebrity worship*. *Celebrity worship* secara singkatnya adalah suatu bentuk cinta atau penyembahan pada suatu objek secara mendalam yang dimana akan kita bahas pada bagian selanjutnya.

Penggemar mengenakan apa yang dipakai oleh sang artis, segala macam accesories, pakaian atau fashion make up, makanan serta gaya rambut bahkan beberapa hobi sang idol mereka lakukan. Beberapa hal baik nampak jelas hasilnya tapi tidak lepas dari dampak negative akibat segala sesuatu yang berlebihan. Kpopers terkenal sangat royal pada idolnya akibatnya mereka tidak mampu mengendalikan perilakunya. Saat sang idol berada di puncak karir para investor menggunakan sang idol untuk menjadi brand ambassador berbagai produk mereka. Para penggemarpun menyerbu apapun yang dikenakan oleh idol sebagai bentuk pertunjukkan dukungan juga selera mereka yang mengikuti sang idola, seperti hasil penelitian yang dilakukan Milla Riauzie Poetri pada remaja perempuan di Jakarta Selatan, mereka membelanjakan uang sakunya yang didapat dari orangtua berkisar 30%-50% untuk membeli produk tersebut. Faktanya pembeli cenderung memenuhi kepuasan rasa senang yang sepele, seperti *limited edition* (Milla Riauzie Poetri et al, 2015: 6). Faktor lain yang mudah ditemui saat sang idol terdapat skandal yang mengena dirinya maka penggemar tak segan-segan turut mendukung sang idol terlepas benar atau salah mereka tetap akan mendukungnya. Setiap idola mempunyai *fandom* (kelompok penggemar) yang tak jarang menjadikan *fanwar* (pertenggaran

antar kelompok penggemar) terjadi di media sosial karena merasa paling benar adalah idolanya.

Dampak psikologis para penggemar Kpop dan Halyu saat mereka sedih mereka akan cenderung mencari pelarian dengan menemui kekasih untuk menghibur mereka. Dengan mendengar lagunya, dengan membeli barang-barang tertentu dari sang idola untuk menyembuhkan lukanya (hasil wawancara pada 28 November 2020, 14.30 WIB Lailatul Noviani (17th), di Kopi Chuseyo Semarang). Hasil penelitian Luvita Apsari et al, juga mendukung bahwa pengaruh modeling penggemar Kdrama yang dimana semakin tingginya modeling yang dilakukan pada sang artis penggemar akan semakin mempunyai citra diri yang lemah, sebab ia membandingkan dirinya sendiri dengan sang artis yang ia kagumi. (Luvita Apsari et al, 2016: 146) . Penggemar K-pop mempunyai basis jumlah yang tidak terkirakan, di Indonesia merupakan tempat venue langganan konser setiap tahunnya. Artis idola lama ataupun baru dapat dengan mudah mendapat spotlight di negara kita. Jumlah penggemar yang banyak namun tersembunyi, mereka merupakan minoritas dibanding pada suatu kelompok, kelas atau kantor. Penggemar K-Pop mendapat nama yang kurang baik atau semacam stereotip karena dianggap fanatic. Keresahan penggemar tersebut membentuk inisiasi beberapa orang untuk menyatukan kesukaan pada orang-orang yang sama. Mulai banyak terdapat komunitas-komunitas yang menaungi pecinta K-Pop. Jumlah penggemar di setiap daerah lebih dari 1000 orang dengan anggota aktif setengah dari populasi keseluruhan anggota. Segala aktivitas yang dilakukan oleh founder base tertentu dengan partisipan selera yang sama. Komunitas mengadakan acara kumpul bersama panitia acara adalah orang-orang yang di dengarkan dan mempunyai influence kepada komunitas. Mereka menggunakan social media untuk kampanye apapun bentuk project yang dilakukan (hasil wawancara pada 15 Juni 2021 dengan Kak Fay ketua komunitas IKONIC Semarang di Namma Kopi 18.12 WIB).

Kesadaran pendiri komunitas melihat bahwa jiwa kelayakan yang dimiliki K-popers dibandingkan fans artis lain selain K-Pop mempunyai ritme yang berbeda demi idolanya. Komunitaspun akhirnya kerap memberikan bentuk dakwah secara implisit dengan diadakan project-project ulangtahun idol dengan berupa donasi atau bantuan agar pemanfaatan uang dari fans K-Pop lebih mempunyai arti selain kesenangan seperti dalam penggalangan dana untuk pemberian sembako pada beberapa panti, rumah sakit juga tunawisma yang berada di Kota Semarang. Komunitas juga menjadi wadah, kalau mereka adalah orang-orang yang sama, dan diterima oleh yang lain, mereka mempunyai selera yang berbeda dan tidak sendiri. Adanya komunitas atau perkumpulan proyek K-pop tertentu terbukti mampu mengubah sedikit citra penggemar yang adiktif dan disrespect dengan diri sendiri membandingkan dirinya dengan idolanya menjadi terminimalisir. Panitia dalam acara atau kelompokmenjadi pengingat bahwa boleh mengidolakan orang yang disukai namun tidak melupakan kewajiban yang harus dipenuhi masing-masing individu seperti pelaksanaan ibadah, karir dan pendidikan.

Islam mempunyai pandangan perilaku membandingkan diri sendiri untuk merasa lebih buruk dari yang lain atau sebaliknya merupakan hal yang tidak diperkenankan, karena sesungguhnya hanya Allahlah yang lebih mengetahui bagaimana makhluk ciptaanya. Segala sesuatu telah diatur tindak tanduk dari hal yang terlihat sampai hal yang tidak terlihat, dari segala sesuatu yang bersifat profetif hingga penyembuhan. Islam mempunyai rujukan utama hadits dan al Qur'an sebagai referensi utama dalam menjalankan kehidupan sehari-hari. Umat Islampun dalam tokoh idola mempunyai figur yang dapat menjadi contoh segala sesuatu yang beliau kerjakan juga ajarkan yakni Nabi Agung Muhammad SAW. Nabi Muhammad sosok manusia yang terpilih untuk membantu menuntun manusia menemui Rabbnya ke dalam keadaan terbaiknya. Telah dijanjikan pada siapa saja banyak mengingatnya maka akan mendapat syafaat dan pertolongan di akherat kelak.

Islam tidak melarang seseorang mempunyai sosok idola untuk setiap hal yang baik, namun yang sangat dianjurkan ialah role model yang membawa banyak manfaat untuk dirinya sehingga menuntun ke Allah SWT. Tidak dipungkiri kemegahan zaman yang semakin tak terbendung membuat banyak orang ingin mengikuti yang mampu membuatnya senang dan terlihat berharga, namun harus diakui bahwa fenomena Kpop banyak membuat kerugian yang telah diajarkan oleh tuntunan agama. Tidak jarang mereka lebih banyak mengakses dan mencoba belajar budaya lain daripada memperbaiki bacaan al-Qur'an yang masih kurang atau bahkan bacaan sholat yang kita baca setiap hari apakah sudah benar dan sesuai (hasil wawancara pada 15 Juni 2021 dengan Dafina di Kopi Chuseyo 10.00 WIB). Apabila diingat manfaat sholat dan beribadah kepada Allah membuat hati menjadi tenang dan juga membuahkan pahala. Sayang seribu sayang hingar bingar internet justru menjerumuskan penggemar Kpop yang awalnya hanya ingin menghibur diri justru membelenggu diri pada aktivitas yang terus berulang dan mengeluarkan banyak effort dan biaya. Menurut Russ Harris manusia terjebak dalam keinginan untuk terus menerus bahagia atau kebahagiaan abadi padahal pada kenyatannya tidak ada bahagia yang abadi. Manusia cenderung lari dari masalah atau ketidaknyamanan yang ia hadapi, mencari dan mendapat hiburan atau media peredam sementara tapi saat sarana hiburan pembangkit bahagia habis ia akan merasa sedih dan kosong lagi (Hayes, 2008: 8) hampir serupa hasil adiksi narkotika. Gambaran tersebut dirasakan oleh penggemar yang merasa terus menerus mendapat hiburan, merasa terhibur dan teralihkan masalahnya dengan tontonan dan informasi dari berbagai sudut termasuk Kpop dalam hal pembahasan kali ini.

Allah berfirman pada Al-Qur'an untuk memperingatkan manusia hendaknya mereka mencintai Allah dan Rasul-Nya adalah lebih utama dibanding yang lain. Firman tersebut tertera pada surat At- Tawbah yang berbunyi ;

قُلْ إِنْ كَانَ آبَاؤُكُمْ وَأَبْنَاؤُكُمْ وَإِخْوَانُكُمْ وَأَزْوَاجُكُمْ وَعَشِيرَتُكُمْ وَأَمْوَالٌ اقْتَرَفْتُمُوهَا وَتِجَارَةٌ تَخْشَوْنَ كَسَادَهَا وَمَسَاكِينُ تَرْضَوْنَهَا أَحَبَّ إِلَيْكُمْ مِنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَجِهَادٍ فِي سَبِيلِهِ فَتَرَبَّصُوا حَتَّى يَأْتِيَ اللَّهُ بِأَمْرِهِ ۗ وَاللَّهُ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الْفَاسِقِينَ

Katakanlah: “Jika bapa-bapa, anak-anak, saudara-saudara, isteri-isteri, kaum keluargamu, harta kekayaan yang kamu usahakan, perniagaan yang kamu khawatiri kerugiannya, dan tempat tinggal yang kamu sukai, adalah lebih kamu cintai dari Allah dan Rasul-Nya dan dari berjihad di jalan-Nya, maka tunggulah sampai Allah mendatangkan keputusan-Nya”. Dan Allah tidak memberi petunjuk kepada orang-orang yang fasik. Q.S At-Tawbah {24}.

Sudah menjadi rahasia umum dimana penggemar Kpopers sangat berlebihan dalam tindakan dan perilaku. Mereka menarik diri dari sosial keluarga, lingkup pertemanan dan mereka menikmati tayangan hingga kerap kali melupakan kewajiban pokok yang harus ia lakukan seperti makan, pola tidur dan tak jarang ibadah menjadi bagian dari taruhannya (hasil wawancara dengan Lintang (22th) di Kopi Chuseyo 15 Juni 2021 14.30 WIB). Tiada penyakit tanpa solusi Islam adalah agama penyempurna maka sebagai umat muslim perlu melakukan hal-hal yang dapat bermanfaat membuka cakrawala pengetahuan dan pandangan mengenai apa yang terjadi di dunia yang makin mengarah ke zaman akhir. Berkaitan dengan hal tersebut penulis tertarik meneliti hal ini dimana belum ada yang secara gamblang melihat fenomena ini dari perspektif bimbingan dan konseling Islam. Tujuan bimbingan dan konseling Islam adalah untuk membantu seseorang mengambil keputusan dan membantunya menyusun rencana untuk melakukan atau melaksanakan apa yang telah direncanakan dimana keputusan yang telah diambil mampu membuat bertindak sesuai dengan tuntunan Islam (Munandir, 1997:101-102). Saat situasi pikiran dan batin manusia dalam kondisi kurang baik

mereka cenderung mencari hal-hal yang mampu membuatnya merasa aman dan senang untuk menghilangkan rasa tidak nyaman psikologis dengan berbagai cara salah satu cara yakni internet, atau segala macam aktivitas pelarian (Hayes, 2008: 21). Aktivitas yang dilakukan secara terus menerus dapat dengan mudah menjadi kebiasaan baru manusia. Lintang juga mengungkapkan sebenarnya kalo ada masalah lari ke Tuhan emang paling bener tapi kalau liat *oppa* lebih cepet senengnya parah banget ya aku (hasil wawancara di Kopi Chuseyo 15 Juni 2021 14.30 WIB). Peneliti sebelumnya cenderung turun tangan menggunakan beberapa metode untuk membantu mengurangi efek dari *celebrity worship* tersebut. Penelitian-penelitian lain memberi sudut pandang pada garis besar secara umum dan belum ada yang menarik dari sudut pandang bimbingan dan konseling Islam.

Perkembangan zaman internet yang tidak dapat dikendalikan pula mampu memenuhi kebutuhan akan rasa puas manusia yang apabila tidak banyak dibahas tentu mampu merusak mental manusia secara perlahan namun pasti. Salah satu tanda dari perwujudan kesehatan mental manusia ialah mampu menyelesaikan masalah-masalah yang dihadapi. Jurusan bimbingan dan penyuluhan Islam yang ada di UIN Walisongo Semarang diharap juga mampu membuka mata dan wawasan dengan salah satu studi kasus ini agar mampu menjadi referensi penanganan masalah mental dan penyimpangan perilaku jika mendapat klien atau terjadi pada diri sendiri maupun lingkungan. Hal inilah yang membuat penulis tertarik dengan penelitian ini dengan sengaja mengambil judul "*Fenomena Celebrity Worship pada penggemar Kpop Idol di Kota Semarang (Analisis Bimbingan dan Konseling Islam)*"

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Fenomena *Celebrity Worship* pada penggemar Kpop idol di Kota Semarang ?
2. Bagaimana analisis bimbingan dan konseling Islam ?

C. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

1. Tujuan Penelitian

- a) Untuk mengetahui fenomena *Celebrity Worship* pada penggemar Kpop idol di Kota Semarang.
- b) Untuk mengetahui analisis bimbingan dan konseling Islam dalam fenomena *Celebrity Worship*.

2. Manfaat Penelitian

a) Manfaat Teoritis

Secara teoritis dapat menyajikan informasi terkait fenomena *celebrity worship* serta dapat dijadikan referensi. Menambah pembendaharaan ilmu konseling Islam.

b) Manfaat Praktis

- 1) Secara praktis penggemar Kpopers pada khususnya dapat mengidentifikasi sejauh mana dirinya terlibat dalam fenomena mengidolakan artis, kesinambungan dalam real life dan juga menjadi hamba Tuhan. Serta dapat menjadi bahan evaluasi diri dalam mengidolakan artis kesukaan.
- 2) Dapat menjadi bahan intropeksi diri bahwa terdapat dampak domino jika tidak bijak menggunakan hiburan dan pengidolaan.

D. TINJAUAN PUSTAKA

Terdapat beberapa penelitian yang mempunyai relevansi judul dan pembahasan topik yang serupa dengan penulis kerjakan, namun setiap penelitian-penelitian terdahulu mempunyai fokus yang berbeda dengan

penulis. Untuk menghindari kesamaan dalam penulisan berikut penelitian-penelitian yang dipaparkan agar menjadi koreksi :

Pertama, skripsi yang dilakukan oleh Mukhlisoh pada tahun 2019 dengan judul “Penerapan Konseling Religius Terhadap Remaja Fanatik Idol Kpop (Studi Kasus Kec. Walantaka Kota Serang). Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan tindakan penerapan konseling religious. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui psikologis remaja yang fanatik idol Kpop, menerapkan konseling religious pada remaja fanatik dan mengetahui hasil dari penerapan konseling religious terhadap perilaku fanatik. Hasil penelitian menunjukkan psikologis remaja fanatic idol K-Pop yakni *celebrity worship syndrome*, berhalusinasi, histeris, emosi berlebihan, pembelian kompulsif dan dapat menyebabkan *werther effect*. Penerapan konseling religious oleh peneliti dengan memberikan ayat alQur’an, hadits hingga pertunjukan berbagai macam video dampak fanatisme. Hasil yang didapat peneliti remaja fanatik mulai terbuka dan menyadari kesalahan, dapat merubah beberapa perilaku yang merugikan, mengetahui dampak positif dan negative dan konseli lebih mampu mengontrol diri.

Persamaan dari penelitian Mukhlisoh dengan penelitian yang akan diterapkan ialah kesamaan tema mengangkat subjek yang mengidolakan K-Pop idol. Yang membedakan Mukhlisoh melakukan penerapan konseling religious secara langsung pada konseli, sedangkan pada penelitian yang akan diterapkan peneliti ialah mengetahui dampak *celebrity worship* sebagai poin khusus yang kemudian di analisis menggunakan bimbingan dan konseling islam.

Kedua, jurnal bimbingan dan konseling Islam yang ditulis oleh Lisa Anggraini Putri pada tahun 2020 dengan judul “Dampak Korea Wave Terhadap Perilaku Remaja di Era Globalisasi”. Metode penelitian yang digunakan ialah tipe deskriptif analitik dimana jurnal ini memberikan penjelasan secara konkrit dampak Korea Wave di era globalisasi. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dampak positif dan

negatif dari perkembangan K-Pop yang kemudian untuk menjadi bahan pengetahuan orangtua agar mengawasi putra-putri mereka. Hasil penelitian menunjukkan terdapat dampak positif dan negatif dari era globalisasi ini yang mana K-Pop memberikan jauh lebih banyak dampak negatif akibat tidak terkendalinya dan pengawasan remaja oleh orangtua. Dampak yang paling bersinggungan langsung yang perlu menjadi perhatian menurut Lisa ialah cara berpakaian anak remaja putri yang mulai mengkhawatirkan.

Persamaan dari penelitian Lisa ialah kesamaan mengenai dampak pada basis penggemar K-Pop. Yang membedakan Lisa secara membahas secara umum dampak dari globalisasi budaya K-Pop tanpa sudut pandang khusus, sedangkan peneliti menggunakan sudut pandang khusus yakni sisi *celebrity worship* pada penggemar juga peneliti menggunakan analisis yang lebih sempit yakni dari tinjauan bimbingan dan konseling Islam.

Ketiga, skripsi oleh Indri Apriani tahun 2020 dengan judul “Penerapan Rational Emotive Behaviour Therapy Untuk Mengurangi Kecanduan Drama Korea Pada Remaja”. Metodologi penelitian yang digunakan ialah kualitatif, proses pencarian informasi menggunakan konseling individual. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana sikap remaja yang menjadi pecandu Drakor dan mengetahui hasil penerapan Rational Emotive Behaviour Therapy (REBT). Penelitian ini dilakukan pada lima responden yang mengalami kecanduan. Hasilnya para remaja pecandu drama ini menunjukkan sikap *celebrity worship syndrome*, berhalusinasi, histeris saat melihat idolanya dimana saja, emosi yang berlebihan, pembelian kompulsif, dan adanya dampak *werther effect* yaitu keinginan bunuh diri yang dilakukann seperti sang idola yang ia kagumi. Hasil penerapan REBT yang diberikan peneliti kepada remaja yang mengalami kecanduan teknik *Asertive Training* dan teknik *Homework* yang dimana proses konseling secara individual ini ialah (1) dapat menyadari kesalahan karena marathon menonton drama berlebihan,

(2) dapat merubah beberapa perilaku yang kurang baik, (3) dapat menyadari dampak negative dan positif dari drama Korea, (4) dapat mulai berfikir secara rasional, (5) dapat mengontrol diri akibat drama Korea yang berlebihan.

Persamaan dari penelitian ini sama-sama mengangkat dampak dari basis penggemar Kpop idola. Secara khusus Apriani mengambil sampel dari pecandu drama Korea. Perbedaannya Apriani mengambil penelitian dengan melakukan penerapan Rational Emotive Behaviour sebagai bentuk proses konseling pada basis penggemar Drakor. Peneliti tidak menerapkan konseling REBT pada penggemar, dan cangkupan penggemar yang peneliti tajak adalah semua pecinta Kpop baik drama, maupun idola seperti boy dan girlgroup.

Keempat, skripsi oleh Mawartu Shofa pada tahun 2017 dengan judul penelitian “Gambaran Psikologis *Celebrity Worship* pada Dewasa Awal (Studi Kasus Mahasiswa Penggemar KPop)” penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Penelitian ini ingin membuktikan pada peneliti-peneliti sebelumnya yang dimana pada usia dewasa awal penggemar mulai berhenti mencari dan melakukan pengidolaan. Hasil penelitiannya pun terbantahkan bahwa terdapat temuan penggemar yang sudah memasuki usia dewasa awal namun melakukan pengidolaan.

Gambaran penggemar yang masih melakukan aktivitas pengidolaan adalah individu yang mempunyai kegagalan dalam pembentukan keakraban dengan social sehingga membuat individu melakukan isolasi.

Persamaan penelitian yang dilakukan Shofa dengan peneliti ialah sama-sama mengambil tema khusus yakni *celebrity worship*. Shofa memberikan gambaran secara jelas psikologisnya yang kemudian secara khusus Shofa mengambil subjek dewasa awal sebagai fokus penelitian, disinilah perbedaannya. Peneliti mengambil tinjauan dari tujuan dan fungsi bimbingan dan konseling islam pada basis penggemar Kpopers di Kota Semarang.

Kelima, jurnal penelitian humaniora yang ditulis oleh Dzakkiyah Nisrina, Incka Aprilla Widodo, Indah Bunga Larassari, dan Fikri Rahmaji pada tahun 2020 dengan judul jurnal “Dampak Konsumerisme Budaya Korea (KPOP) Di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Malang”. Metodologi penelitian yang digunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Tujuan penelitian untuk mengetahui dampak fenomena K-Pop pada aspek ekonomi, sosial dan budaya. Hasil penelitian menunjukkan pada bidang ekonomi mahasiswa penggemar Kpop membeli barang yang mereka gunakan bukan berdasarkan (needs) melainkan berdasarkan keinginan mengikuti karena sang artis mengenakan jadi mereka turut serta menggunakannya, lalu pembelian pada barang yang tidak penting seperti CD, album, photocard, kaos, poster dll. Bidang budaya mahasiswa penggemar KPop ini menggunakan style dengan fashion Kstyle yang terinspirasi dari drama dan girlgroup, boygroup yang mereka tonton secara marathons. Mereka menjadi mengikuti gaya hidup kaum hedonis dengan konsumerisme, mahasiswa yang menjadi sumber penelitianpun lebih mengetahui produk-produk atau brand yang berasal dari Korea daripada produk dalam negeri. Dampak sosial akibat konsumerisme adalah terjadinya kesenjangan antar sesama penggemar dikarenakan kemampuan belanja yang berbeda-beda. Jurnal ini membahas dengan subjek mahasiswa karena sudah mampu memberikan keterangan yang logis serta rinci.

Persamaan pada penelitian Nisrina dkk ialah kesamaan fokus pada penggemar basis K-Pop. Perbedaannya fokus dari Nisrina ialah dampak konsumerisme, sedangkan peneliti fokus pada *celebrity worship*. Selebihnya responden berbeda dari lokasi hingga profesi.

E. METODE PENELITIAN

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Metode penelitian yang digunakan ialah metode penelitian kualitatif, dengan jenis pendekatan studi kasus dimana metode ini

memberi hasil penelitian ini berupa generalisasi dari kasus-kasus yang spesifik. Pendekatan studi kasus mengkaji tentang pengalaman personal yang unik, yang tidak dimiliki oleh orang tau sekelompok orang lain dimana pada pendekatan ini observasi dan wawancara menjadi alat untuk menghimpun data (David Hizkia Tobing, et al, 2017: 12). Menurut Yin (1996) pada (Zein M Muktaf, 2016: 1-2) pendekatan studi kasus mengacu pada isu yang bersifat baru, dimana peneliti dimungkinkan mempertahankan karakter holistic dan makna dalam peristiwa-peristiwa kehidupan nyata. Metode penelitian kualitatif menghasilkan data berupa kata-kata dengan penjelasan deskriptif.

2. Definisi Konseptual

Definisi konseptual yang digunakan dalam penelitian ini berfokus pada dua konsep besar penelitian yaitu dampak *celebrity worship* dan tujuan fungsi bimbingan dan konseling Islam.

- a. Fenomena *celebrity worship* berdasarkan pada teori *celebrity worship* adalah suatu fenomena perilaku obsesi yang diakibatkan kegagalan usaha dalam mengatasi tekanan kehidupan sehari-hari sehingga individu melakukan aktivitas intens pada idola melalui media dimana sebagai permasalahan yang dirasakan oleh seseorang yang berdampak pada aktivitas, tingkah laku, hingga pemikiran seseorang *celebrity worship* dijadikan sebuah pelarian seseorang dengan mencari sebuah kesenangan akibat rasa sakit terhadap suatu peristiwa yang tidak diinginkan. Perilaku yang ditunjukkan oleh penggemar yang mengalami *celebrity worship* pada tahapan sedang dan intence cenderung ; konsumtif terhadap pembelian merch idola, *wasting time* lebih dari tiga jam dalam sehari dan terpaku pada layar internet, menunda-nunda pekerjaan demi konten, cemburu dan sedih saat sang idola beradu peran dengan artis

lawan jenis, ikut marah saat idolanya mendapat skandal, tidak bisa tanpa kabar dari idola dari internet, antusias dalam perayaan atau project idola. Rujukan yang digunakan untuk pengembalian fungsi individu yang menjauh dari tugas dan kewajiban yang sebenarnya diarahkan oleh bimbingan dan konseling Islam pada teori selanjutnya.

- b. Bimbingan dan konseling Islam menurut Sutoyo adalah upaya membantu individu belajar mengembangkan fitrah dan atau kembali kepada fitrah dengan cara memberdayakan iman, akal, dan kemampuan yang dikaruniakan Allah SWT kepadanya untuk mempelajari tuntunan Allah dan Rasulnya agar fitrah yang ada pada individu berkembang dengan benar dan kukuh sesuai tuntunan Allah SWT (Sutoyo, 2013:22). Pada penelitian ini yang dijadikan bahan analisisnya yakni tujuan dan fungsi bimbingan dan konseling Islam. Tujuan bimbingan dan konseling Islam yang digunakan ialah definisi milik Munandir, sedangkan untuk fungsi konseling Islam yang menjadi rujukan adalah fungsi bimbingan dan konseling Islam menurut Tohari Musnamar.

3. Sumber dan Jenis Data

Data ialah bahan yang perlu diolah sehingga menghasilkan informasi atau keterangan, baik kualitatif maupun kuantitatif yang menunjukkan fakta sehingga dapat memberi manfaat bagi peneliti atau memberi gambaran kepada peneliti tentang kondisi atau suatu keadaan. Sumber data ialah semua informasi baik merupakan benda nyata atau sesuatu abstrak, peristiwa atau gejala baik secara kualitatif maupun kuantitatif. Sumber data penelitian ialah sumber data yang diperlukan untuk mendukung hasil penelitian (Sugiyono, 2010: 5), dimana menurut sumbernya data penelitian terbagi atas dua bagian yakni :

a. Data Primer

Data primer atau data tangan pertama ialah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan mengenakan alat pengukuran atau alat pengambilan data langsung pada subjek sebagai informasi yang dicari. Sumber data primer berasal dari data langsung yang dikumpulkan oleh peneliti pada sumber utama yang dikumpulkan secara mandiri oleh peneliti. Data yang diambil yakni untuk anggota ialah mereka yang sudah menyukai Kpop lebih dari dua tahun, mereka yang turut aktif dalam kegiatan dan event penggemar, mereka yang dengan rentang usia minimal empat belas tahun dan maksimal tiga puluh tahun. Data ini ialah data yang belum pernah dikumpulkan sebelumnya. Data primer di dapat peneliti oleh subjek penelitian yakni pengurus komunitas serta Kpopers di Kota Semarang.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh melalui pihak lain atau bukan secara langsung peneliti yang terjun mendapatkan data pada subjek penelitiannya. Data ini berwujud dokumentasi atau data laporan yang tersedia. Sumber data sekunder merupakan data yang diperoleh melalui sumber pendukung untuk memperjelas sumber data primer berupa data kepustakaan yang berkorelasi dengan pembahasan obyek penelitian.

Data sekunder pada penelitian ini diperoleh dari berbagai literature yang berkaitan dengan penelitian mengenai *celebrity worship*. Data berasal dari buku-buku, hasil publikasi, serta karya-karya tulis yang relevan dijadikan referensi dalam penelitian ini.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data ialah cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data, dan dengan cara tersebut menunjukkan pada suatu yang abstrak, tidak dapat diwujudkan dalam benda yang kasat mata, tetapi dapat dipertontonkan penggunaannya (Arikunto, 2002: 134) . Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi.

a. Observasi

Observasi adalah teknik ilmiah yang biasa diartikan sebagai pengamatan dan secara sistematis atas fenomena-fenomena yang diselidiki. Penelitian ini penulis mendatangi langsung lokasi penelitian yakni tempat yang menjadi perkumpulan anak-anak Kpopers yakni Kopi Chusseyo Semarang juga Eatboss dimana menjadi tempat diadakan event fandom. Peneliti memperhatikan dan menyelami sehingga memperoleh gambaran yang jelas tentang kondisi dari Kpopers apabila saat bersama teman-temannya.

b. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan berdialog tanya jawab dengan orang-orang yang berkompeten dan mempunyai kaitan dalam penelitian ini. Peneliti membuat wawancara seasyik mungkin hingga mendapat data yang diperlukan untuk penelitian ini. Peneliti menggunakan wawancara langsung dan mendalam dengan ketua komunitas serta anggota untuk mendapatkan data yang dibutuhkan. Teknik ini merupakan tindak lanjut dari teknik pengumpulan data hasil observasi sehingga memperkuat data yang didapatkan sebelumnya.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dengan memperoleh berbagai macam informasi dari berbagai sumber seperti benda-benda pada responden atau tempat dimana responden tinggal dan melakukan kegiatan sehari-hari. Teknik ini peneliti mencari keterangan dan bacaan atau apapun yang dikenakan dan dimiliki oleh responden.

5. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain sehingga memudahkan pemahaman dan hasilnya dapat diinformasikan pada orang lain (Al-Kumayyi, 2014: 80).

Teknik analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini ialah model Miles and Huberman, mereka mengungkapkan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus-menerus sampai tuntas sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data yakni data reduksi, penyajian data, juga verifikasi.

a. *Data reduction* (Reduksi Data)

Reduksi data yang berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dieksplor tema dan polanya. Data yang direduksi akan memberikan gambaran lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan pencarian data yang diperlukan. (Sugiyono, 2015: 247)

b. *Data Display* (Penyajian Data)

Penelitian kualitatif penyajian data bisa dilakukan dengan bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart*, dan sejenisnya. Mendisplay data merupakan langkah untuk mempermudah memahami apa yang terjadi,

merencanakan langkah selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut. (Sugiyono, 2015: 249)

c. *Conclusion Drawing (Verification)*

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman ialah penarikan kesimpulan. Kesimpulan awal dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan dapat berubah apabila tidak ditemukan kesamaan data dilapangan, apabila sesuai maka kredibel. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif ialah temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi remang-remang lalu setelah dilakukan *verification* setelah diteliti dapat menjadi jelas (Sugiyono, 2015: 253)

6. Teknik Keabsahan Data

Pengujian keabsahan data pada penelitian kualitatif menggunakan istilah yang berbeda dengan kuantitatif. Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi uji *creadibility* (validitas interval), *transferability* (validitas eksternal), *dependability* (relibilitas), dan *confirmability* (obyektivitas). Uji keabsahan data yang digunakan oleh peneliti dalam mengukur hasil penelitian ini idalah uji kreadibilitas dengan salah satu teknik yakni triangulasi. (Sugiyono, 2015: 269-270)

Triangulasi is qualitative cross-validation. It assesses the sufficiency of the data according to the convergence of multiple data sources or multiple data collection procedures (Wiliam Wiersma,1986). Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan cara, dan berbagai waktu, terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan waktu.

a. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber untuk menguji kreadibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh

melalui berbagai sumber. Hasil data yang tidak bisa disamaratakan karena mempunyai obyektivitas masing-masing dan menghasilkan spesifikasi yang berbeda. Data tersebut kemudian di analisis peneliti sehingga membuahkan suatu kesimpulan.

b. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik dilakukan untuk menguji kredibilitas dengan mengecek data pada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Permisalan triangulasi teknik ini ialah data diperoleh dengan wawancara, dicek lagi dengan observasi, dokumentasi, atau kuesioner untuk memperoleh kesimpulan yang sama pada data di awal.

c. Traingukasi Waktu

Waktu penelitian dapat mempengaruhi hasil kredibilitas data. Penelitian yang dilakukan saat fajar mempengaruhi tingkat emosional yang menghasilkan data yang berbeda yang diberikan oleh audience. (Sugiyono,2015:27).

Pada penelitian ini peneliti menggunakan triangluasi sumber dan teknik. Peneliti memastikan data yang telah diberikan oleh sumber dengan menggunakan teknik yang berbeda. Data yang diperoleh dari wawancara, dapat diolah dan dianalisis melalui hasil observasi dan dokumentasi.

F. SISTEMATIKA PENULISAN

Penulisan laporan penelitian dalam skripsi ini akan disusun dalam beberapa bab, dan tiap-tiap bab terdiri dari beberapa sub-bab yang sesuai dengan keperluan kajian yang akan dilakukan.

BAB I. PENDAHULUAN

Berisi tentang kerangka umum penulisan skripsi, yaitu latar belakang masalah, identifikasi dan rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II. KERANGKA TEORI

Bab ini akan mencakup tentang landasan teori yang terdiri dari beberapa sub bab yang pertamafenomena yang meliputi pengertian fenomena. Kedua mengenai *celebrity worship* yang terdiri dari pengertian *celebrity worship*, aspek yang terdapat dalam *celebrity worship*, *factor celebrity worship*, dan dampak *celebrity worship*. Ketiga terdapat definisi dari penggemar yang mencakup pengertian penggemar, dan kegiatan penggemar. Definisi keempat mengenai pengertian idol Kpop. Kelima mengenai psikologi perkembangan mencakup pengertian psikologi perkembangan, prinsip-prinsip perkembangan, dan fase-fase perkembangan. Keenam yakni remaja mencakup pengertian remaja, dan karakteristik perkembangan remaja. Ketujuh pengertian bimbingan dan konseling Islam, tujuan bimbingan dan konseling Islam, fungsi bimbingan dan konseling Islam, asas-asas bimbingan dan konseling Islam, pendekatan bimbingan dan konseling Islam serta, teknik bimbingan dan konseling Islam. Kedelapan pemaparan singkat mengenai Cognitive Behavior Therapy.

BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Memaparkan fenomena *celebrity worship* komunitas Army Serendipity Semarang dan Ikonik Semarang yang terdapat di base camp

event langganan yakni Kopi Chusseyo dengan menyajikan data fenomena *celebrity worship* yang terdapat pada komunitas Army Serendipity dan Ikonik Semarang

BAB IV ANALISIS DATA

Bab ini berisi tentang fenomena *celebrity worship* pada Kpopers di Kota Semarang ditinjau dari tujuan dan fungsi bimbingan dan konseling Islam

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan hasil analisis dan saran-saran sebagai rekomendasi yang ditemukan dalam penelitian, serta daftar pustaka dan lampiran-lampiran yang terkait penelitian

BAB II

LANDASAN TEORI

A. FENOMENA

1. Pengertian Fenomena

Fenomena berasal dari bahasa Yunani; *phainomenon*, “apa yang dilihat”. Fenomena menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) (kemendikbud.go.id, 2016) adalah hal-hal yang dapat disaksikan dengan pancaindra dan dapat diterangkan serta dinilai secara ilmiah (seperti fenomena alam, sesuatu yang luar biasa atau keajaiban, fakta atau kenyataan sebuah peristiwa yang tidak dapat diabaikan).

Fenomena menurut para ahli (Fauziah, 2017), (*Prof. Dr. Buchari Lapau, dr. MPH : 2012*) fenomena adalah sesuatu hal yang dapat dinilai dan diterangkan secara ilmiah.

Menurut (Freddy Rangkuti: 2011) fenomena adalah suatu fakta dilapangan. Menurut Heidegger istilah fenomena yang juga dibentuk dari istilah *Phaino* yang artinya membawa pada cahaya, menunjukkan dirinya sendiri di dalam dirinya, totalitas dari apa yang tampak di balik kita dalam cahaya.

Menurut Maustakas fenomena adalah apa saja yang muncul dalam kesadaran. Fenomena dalam persepsi Huesserl, adalah realitas yang tampak, tanpa selubung atau tirai manusia dengan realitas itu.

Simpulan pengertian fenomena dari berbagai macam definisi diatas ialah suatu peristiwa yang istimewa atau berbeda dari umumnya dimana kejadiannya dapat diamati dan dirasakan secara nyata, sadar dan juga dapat ditelaah secara ilmiah.

B. CELEBRITY WORSHIP

1. Pengertian *Celebrity Worship*

Menurut Yue dan Cheung *celebrity worship* sebagai penyembahan berhala tertentu secara luas yakni orang yang dikenal dengan menarik perhatian public dan media dengan tingkat yang tinggi. *Celebrity worship* mencakup dengan rentang yang sempit secara subjek yakni para bintang dan tokoh (Yue, Selection of Favourit Idols and Models among Chinese Young People: A comparative study in Hongkong and Nanjing.,2000: 94) , dilanjutkan dari penulis yang sama dengan artikel yang berbeda; menurut mereka *celebrity worship* adalah sebuah perilaku yang ditunjukkan seseorang pada selebriti atau artis dengan mempunyai minat ketertarikan yang lebih kedalam kehidupan pribadinya (Yue, Idol Worshipping for Vain Glory, Illusory Romance or Intellectual Learning: A study in Nanjing and Hongkong, 2000: 312).

Menurut Maltby dkk *celebrity worship* merupakan seseorang yang mempunyai intensitas- pribadi dalam ibadat selebriti mereka ‘terkunci’ yang tidak dapat menghadapi dunia nyata atau hanya melihat nilai tunggal dalam diri selebriti mereka dan tidak tertarik dengan yang lain (John Maltby et al., The self-reported psychologycal well- being of celebrity worshipper, 2001: 443).

Celebrity worship menurut McCutcheon dkk diakibatkan oleh kegilaan media dalam memberikan sorot pada selebriti agar menimbulkan atensi berlebihan pada penggemar. (L. E McCutcheon et al., 2003: 26). Menariknya penggemar yang melakukan intensitas lebih banyak terhadap idola mereka adalah kelompok yang mempunyai kekurangan atau belum terpenuhinya aspek psikologis, sehingga menimbulkan pikiran yang imajinatif (L. E McCuthcheon et al., 2004: 113). Mereka

terus menerus memperhatikan sang selebriti akibat mereka sadar akan ketidaksempurnaan yang mereka miliki, dengan memenuhi ego menyaksikan mereka terus-menerus membuat mereka merasa lengkap dan terpenuhi oleh selebriti favoritnya (Reza Shabahang et al., 2020: 42).

Menurut Maltby dkk fenomena ini dilihat sebagai hubungan yang tidak normal atau jenis hubungan parasosial yang didorong oleh penyerapan dan unsur adiktif atau menimbulkan ketergantungan (John Maltby et al., *A Clinical Interpretation of Attitudes and Behaviors Associated with Celebrity Worship*, 2003: 26). Jenis hubungan ini tentu kurang efektif karena sang penggemar sangat mengetahui bagaimana sang idola di gambarkan oleh media namun tidak sebaliknya atau cinta satu arah lebih tepatnya. Penggemar hanya dianggap sebagai sekumpulan orang yang menyukai dan mendukung mereka dengan segala pencapaian serta pendapatan mereka.

Maltby dkk *Celebrity worship* dipengaruhi oleh kebiasaan individu yang melakukan aktivitas mendengar, melihat, membaca, dan menelusuri kepribadian hingga kehidupan serta segala macam kisah yang mengungkap identitas dan kegiatan yang dilakukan sehari-hari artis idola melebihi batas normal sehingga menimbulkan sikap empati, identifikasi, obsesi dan asosiasi yang menimbulkan konformitas pada sang artis idola (John Maltby et al., *Personality and Coping : A Context for Examining Celebrity Worship and Mental Health*, 2004: 414)

Amiram Raviv dkk mengungkapkan apabila mengidolakan artis atau bintang tertentu mereka akan mengumpulkan benda-benda yang digunakan, meniru yang dilakukan hingga menghadiri acara atau event yang mendatangkan sang idola pada sebuah pertunjukan atau tempat yang dikunjungi sang artis (Amiram Raviv et al., 1996: 641).

Penulis menyimpulkan *celebrity worship* adalah sebuah fenomena hubungan parasosial antara idola dengan penggemar yang diakibatkan oleh ketertarikan secara mendalam sehingga menimbulkan perilaku tertentu pada penggemar seperti fanatisme, konsumtif, delusional dimana saat yang bersamaan sang idola tidak mengetahui secara sadar bahwa perilakunya bersentuhan langsung dengan penggemarnya.

2. Aspek *Celebrity Worship*

Terdapat tiga aspek seseorang yang mengalami *celebrity worship* yang dipaparkan John Maltby (Maltby, Giles, Barber, & Lynn E. McCutcheon ., 2005: 20) dkk yakni dimulai dari tingkatan terendah, mengah lalu puncak atau tingkatan tertinggi. Tahapan-tahapannya ;

1) *Entertainment-social* atau Hiburan Sosial

Entertainment social merupakan tingkatan terendah dalam keluarga *celebrity worship*. Dijelaskan oleh (John Maltby et al., 2003: 27) pada tahap ini penggemar mempunyai perilaku ;

- a) Penggemar mempunyai ketertarikan dengan kemampuan, bakat, keterampilan, keahlian dan pesona yang ditunjukkan oleh idola.
- b) Penggemar mempunyai ketertarikan pada idola dengan bergumul dan membuat kelompok sesama peminat.
- c) Penggemar mempunyai ketertarikan untuk membeli barang- barang dan aksesoris apapun yang sang idola kenakan seperti merch, album, serta peralatan konser *photocard* , hingga poster.
- d) Penggemar mengikuti segala aktivitas tampilan langsung (konser) maupun tidak langsung (video) .

2) *Intence Personal Feeling* atau Perasaan Pribadi yang Kuat

Pada tahap ini penggemar merasakan bahwa idola adalah bentuk tipe ideal tertentu yang ia cari dalam kehidupan. Pada tahap sebelumnya terdapat spasi atau jarak kalau dia artis dan saya adalah penggemar, nampak sadar perbedaannya namun pada tahap ini, mereka sudah mulai menghapus jarak antara artis dan penggemar sehingga timbul ;

- a) Penggemar mulai memikirkan dan memberi perhatian lebih pada sang idola dibanding kepentingan sendiri.
- b) Penggemar disini turut merasakan apa yang dialami oleh sang idola pada momen-moment tertentu.
- c) Penggemar mulai meniru apapun yang sang idola rekomendasikan atau kenakan demi mendapat perhatian dan atensi dari sang artis.
- d) Penggemar mengalami memikirkan sang idola disaat ia tidak ingin memikirkannya.

3) *Borderline-patological Tendency* atau Kecenderungan Batas Patologis

Pada tahap ini penggemar sudah mulai terperangkap dengan hobinya sendiri. Mereka menjadi jauh lebih ego serta manjadi tak terkendali, baik pikiran maupun tindakan. Perilaku perilaku yang ditunjukkan oleh (John Maltby et al., 2006: 275) :

- a) Penggemar mempunyai khayalan tentang sang idola seperti menjalin sebuah hubungan, berteman, mengajak bicara pada sosok khayalan yang ada di pikiran mereka. Menjadikan sang idola adalah sosok suami atau kekasih.
- b) Penggemar mempunyai dua kepribadian yang berbeda dengan yang ditunjukkan di depan umum. Di depan

orang mereka terlihat tidak fanatic ataupun bersikap netral dengan pandangan yang luas. Namun ketika mereka sendiri mereka sangat terobsesi.

c) Perilaku ini ditunjukkan oleh penggemar dengan membeli semua barang apapun yang dikeluarkan sang artis. Penggemar ketika ia melihat atau mendengar tentang idolanya dimanajaya akan bersikap histeris.

Menurut (Stever, 2013: 8) faktor yang membuat tertarik pada idola ialah;

1) *Task attraction*, merupakan jenis ketertarikan yang diakibatkan oleh bakat yang diunjukkan sang idola di depan panggung, kamera ataupun dalam hal yang merupakan bidang dari sang idola berprofesi.

2) *Identification attraction*, ialah ketertarikan tentang idola dengan melakukan penelusuran secara mendalam untuk dapat meniru jejak rentan profesi atau semangat yang ditunjukkan sang idola.

3) *Romantic attraction*, ini adalah ketertarikan yang menembus dunia sadar dimana ia tertarik untuk memiliki hubungan yang nyata dan dekat dengan orang yang diidolakan.

3. Faktor *Celebrity Worship*

Terdapat sejumlah factor yang mempengaruhi tingkat kedalaman mengikuti arus idola yang dipublish oleh media. Walaupun seiring berjalannya waktu terdapat faktor yang mulai tidak valid digunakan di era sekarang. Menurut (L. E. McCutcheon et al., 2002: 79) :

a) Usia

Usia mempengaruhi intensitas *celebrity worship* seseorang karena pada usia 11-17 tahun merupakan masa

peralihan dari anak-anak menjadi dewasa yang dimana pada saat itu tahap eksplorasi dari anak mengalami peningkatan yang cukup tajam. Mereka mencoba menjadi diri yang mereka sukai dengan melihat referensi terbaik yang sesuai dengan selera mereka.

b) Jenis Kelamin,

Perempuan lebih tertarik pada tampilan, bakat, serta pesona dari seseorang. Sedangkan laki-laki lebih pada bakat. Laki-laki lebih tertarik dengan idola perempuan, sesama laki-laki ia adalah bintang olahraga. Sedangkan perempuan cenderung tertarik pada idola laki-laki seperti penyanyi, dan actor. Perempuan lebih membayangkan hubungan romantisme dengan idolanya dibanding laki-laki (Adams-Price dan Greene, 1990; Argyle, 1994; Greene dan Adams-Price, 1990)

c) Keterampilan sosial

Seseorang yang mempunyai tingkat keterampilan sosial yang rendah meningkatkan tingkat intensitas terhadap idola. Akibat dikucilkan atau kurang pandainya beradaptasi dengan lingkungan membuat mereka memilih menyepi.

d) Ras atau etnis

Studi yang dilakukan oleh McCutcheon pada orang Amerika menunjukkan ras yang berkulit putih lebih menyukai idola yang berasal dari persamaan ras mereka begitupula sebaliknya ras yang berkulit hitam cenderung menyukai idola yang berasal dari ras berkulit hitam.

4. Dampak *Celebrity Worship*

Menurut (Randy A Sansone, 2014: 40-41) pada tingkatan sedang dan intens dampak yang ditimbulkan *celebrity worship* antara lain :

- a) *Dissociation* yakni kecenderungan berfantasi mengenai idola yang dihubungkan dengan dirinya. Disosiasi terjadi pada tingkatan *celebrity worship* yang sedang hingga puncak. Tingkatan terendah cenderung tidak sampai berfantasi.
- b) *Tendencies Toward Addiction* yakni kecenderungan untuk menjadi kecanduan yakni mengulang aktivitas yang sama secara terus-menerus dalam hal ini menyaksikan, melakukan kegiatan fans.
- c) *Criminality* yakni tindakan kriminalitas yang dilakukan penggemar pada Idola untuk memuaskan dirinya sendiri dimana pelaku cenderung tidak sadar dengan perilakunya karena obsesinya yang tinggi.
- d) *Compulsive Buying* yakni pembelian produk secara besar untuk memenuhi kepuasannya yang tak tertahankan tidak bisa dicegah untuk melakukan sebuah perbuatan dan bertentangan dengan kemauan sadar saat melakukannya. Apabila mendapat segala hal yang berkaitan dengan idolanya mempunyai kepuasan tersendiri.
- e) *Depression and Anxiety* yakni kesehatan mental yang buruk akibat adiksi dengan dibarengi tingkat kecemasan, depresi, gejala somatic dan disfungsi social dengan tingkat kepuasan hidup yang rendah dan suasana hati yang kurang positif.

C. PENGGEMAR IDOL KPOP

1. Pengertian Penggemar

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) online (Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia, 2016) penggemar mempunyai makna yakni orang yang menggemari sesuatu seperti kesenian, permainan dan lain sebagainya. Penggemar (Paramita, 2018: 395) adalah seseorang yang menggemari sesuatu dengan antusias dan secara kolektif kelompok penggemar akan membentuk kelompok penggemar (*fanbase*) atau fandom. Fandom digunakan oleh penggemar untuk mencari informasi tentang idola mereka dan juga menjadi tempat berinteraksi kelompok dengan minat yang sama.

Menurut Henry Jenkins dalam (Fauziah R., 2015: 4) mengungkapkan bahwa penggemar adalah pemburu yang ingin menghasilkan apa yang mereka butuhkan dan menggunakan barang-barang rampasan mereka sebagai fondasi pembangunan sebuah komunitas kultural alternatif dimana dalam permainannya sedikit bertentangan dengan nilai-nilai atau norma-norma sehari-hari.

Fiske (1992) dalam (McCuden, 2011:9) fandom diasosiasikan dengan “selera budaya yang tersubordinasi” yakni formasi masyarakat yang kurang berdaya oleh kombinasi apapun dari jenis kelamin, usia, kelas, dan ras.

Penggemar yang mempunyai minat tinggi biasanya menimbulkan fanatisme. Fanatisme (Eliani, 2018: 62) merupakan sebuah keyakinan terhadap objek *fanatic* yang dikaitkan dengan sesuatu yang berlebihan pada suatu objek. Sikap yang ditunjukkan yakni dengan aktivitas, rasa antusiasme yang ekstrem, keterikatan emosi dan rasa cinta dan minat yang berlebihan dan berlangsung dalam waktu yang lama.

Penggemar secara singkat dapat dijelaskan sebagai sekumpulan orang yang mempunyai kesenangan yang sama dalam suatu bidang tertentu dengan melakukan aktivitas tertentu untuk menunjukkan partisipasi dalam hal yang mereka agungkan.

2. Kegiatan Penggemar

Menurut (McCuden, 2011: 14) penggemar harus melakukan lebih dari sekedar mengasumsikan objek atau teks budaya, mereka membutuhkan gelar aktivitas agar orang tersebut dapat disebut penggemar kegiatan yang dilakukan diantaranya:

a) Membuat Makna (*Meaning Making*)

Penggemar terlibat aktif dalam membuat makna dan menginterpretasi bentuk-bentuk ungkapan idola pada media yang kemudian dikumpulkan dan menggabungkannya dimana setelah terakumulasi mereka mencari dan memilah yang sesuai dengan dirinya sendiri atau keadaan yang dialaminya saat itu. Menurut Fiske dalam McCudden aktivitas ini merupakan “produktivitas semiotic” untuk pemaknaan sosialnya.

b) Berbagi Makna (*Meaning Sharing*)

Penggemar dapat menggerakkan hasil pikirannya sendiri yang kemudian dibagikan kepada orang lain atau dalam kelompok penggemar yang sama sehingga menghasilkan pikiran besar. Hal ini merupakan mengambil tindakan makna dari internal pada eksternal dunia luar.

c) Berburu (*Poaching*)

Penggemar memburu teks, rekaman, informasi, barang yang berkaitan dengan idola atau apapun untuk kepemilikan dirinya sendiri. Bagi beberapa orang aktif menjadikan sebuah produk untuk penguatan pada

komunitas itu sendiri. Semakin banyak dan lengkap informasi dan barang yang mereka punyai tentu semakin menunjukkan loyalitasnya pada idola. Pemburuan barang menjadi sangat prestisius karena stok yang disediakan terbatas.

d) Mengumpulkan (*Collecting*)

Selain pembuatan makna, berbagi makna, dan pemburuan, mengumpulkan ialah kegiatan keempat dari aktivitas penggemar. Mengumpulkan adalah kegiatan yang banyak diasosikan dengan penggemar masyarakat untuk alasan yang berguna. Praktek mengumpulkan merupakan hal yang umum bagi apapun fandomnya. Mengumpulkan adalah praktik mengumpulkan barang-barang tertentu yang terkait ke objek fandom seseorang. Mengumpulkan adalah kunci dari akumulasi modal budaya dan ekonomi bersinggungan. Penekannya mengumpulkan sebanyak atau banyaknya dari suatu tertentu atau ukuran koleksi bukan lagi nilai item per individu.

e) Pembangunan Pengetahuan

Penggemar berusaha untuk mengumpulkan pengetahuan tentang objek mereka. Pengetahuan diambil dari berbagai bentuk bergantung pada jenis objek dan preferensi individu dari komunitas atau sub-kelompok di dalamnya. Pengetahuan dipandang sebagai bagian paling berharga dari informasi yang dapat dimiliki seorang penggemar. Memiliki pengetahuan yang diinginkan berarti berada pada posisi kekuatan dalam suatu komunitas dan memiliki informasi yang “benar” berarti meningkatkan posisi seseorang dalam masyarakat. Kekuatan budaya penggemar berasal menguasai sejarah pertunjukan dan

kemampuan untuk mengontrol cara penggemar membaca dan menafsirkan objek.

Kegiatan-kegiatan penggemar merupakan wujud dukungan yang penggemar berikan pada idola. Mereka melakukan sebagai ucapan terima kasih juga wujud kasih sayang pada idola atas hasil karya yang mereka lakukan. Kegiatan yang bersifat ekstrem atau fanatic dipengaruhi sejauh mana tingkat kesadaran dari penggemar itu sendiri.

3. Idol KPop

a) Pengertian Idol

Menurut (kemendikbud.go.id, 2016) idola adalah orang, gambar, patung, dan sebagainya yang menjadi pujaan. Menurut Agus Trianto dalam (Nurdin, 2020:3) tokoh idola yakni seseorang yang sangat di puja pengagumnya, tokoh tersebut dapat berasal dari kalangan manapun seperti sastrawan, ilmuwan, olahragawan, pimpinan agama, ataupun artis.

Menurut Fahrizal Muhammad dalam (Nurdin, 2020:3) tokoh idola mampu membuat seseorang secara sukarela berusaha mengadopsi sejumlah aspek ideal yang dimiliki untuk mendapat derajat kesamaan dengan idola. Derajat kesamaan bisa berwujud fisik maupun kesamaan non fisik.

Menurut (Maliyar, 2014:1) kata idola dalam bahasa Indonesia, atau *idol* dalam bahasa Inggris, secara linguistik berasal dari kata Yunani εἶδωλο ('eidolo') yang berarti gambar atau bentuk. Kata ini kemudian diserap menjadi kosakata Latin Baru *idolum* dan menjadi kosakata Anglo French *idle*, sebelum akhirnya diserap ke dalam bahasa Inggris menjadi kata yang resmi dikenal sejak abad ke-13 Masehi, '*idol*'.

Kamus (Merriam-Webster,1828) mendefinisikan idol dalam berbagai makna antara lain :

1. *a representation or symbol of an object of worship; broadly : a false god;*
2. *a: a likeness of something b:absolote : pretender,impostor*
3. *a form or appearance visible but without substance*
4. *an object of extreme devotion; also : ideal*
5. *a false conception : fallacy*

Citra dan pemaknaan idol pada aslimya bermakna cukup buruk, namun seiring berjalannya waktu kata ini mengalami ameliorasi (penghalusan makna) dimana istilah populer yang direpresentasikan ‘idol’ adalah seseorang yang layak dikagumi.

Idol secara singkat dapat dijelaskan sebagai seseorang yang mempunyai suatu kelebihan yang dapat menimbulkan masa atau antusiasme dari berbagai pihak untuk dapat menjadi dirinya.

b) Kpop

Menurut analis musik (Seabrook, 2012:3) Kpop adalah perpaduan Timur-Barat sebagian besar peanmpilannya adalah orang Korea, dan gerakan tarian mereka yang sinkron dan memukau disertai dengan telegrafi kedipan mata dan gerakan tangan yang rumit, memiliki cita rasa Asia, tetapi musiknya Barat: bait hip-hop, chorus Euro-pop, rap, dan jeda dubstep. Kpop telah menjadi bagian dari tangga lagu pop tidak hanya di Korea tetepi di seluruh Asia, termasuk Jepang yang menjadi pasar music terbesar kedua di dunia, setelah AS- dan Taiwan,

Singapura, Filipina, Hongkong, Thailand, Vietnam, dan Malayasia.

(Shim, 2006: 12) Hallyu adalah istilah yang digunakan orang Asia untuk menggambarkan tsunami budaya Korea Selatan yang mulai membanjiri negara mereka pada pergantian abad kedua puluh satu. Drama TV Korea dan pada tingkat lebih rendah, film Korea, bersama dengan music pop Korea, menjadi bahan pokok di pasar yang sebelumnya didominasi Jepang dan Hongkong.

Menurut sarjana budaya pop Sung Sang Yeon (Korean Culture and Service Information, 2011: 34), Produser TV Korea memantapkan diri selama ekonomi Asia pada akhir tahun Sembilan puluhan, menawarkan program acara yang dibuat di Jepang dan Hongkong dengan kualitas lebih tinggi daripada kebanyakan acara Asia lainnya yang negaranya mampu memproduksi sendiri. Sementara penyanyi dan actor Korea masih muda dan latarnya sering kontemporer, tema mereka mewujudkan nilai-nilai tradisional keluarga. Persahabatan, dan cinta romantic yang biasa disebut dengan K-Drama. Menurut (Decrop & Derbaix, 2014:664) Musik dan musisi digunakan sebagai produk dan merk secara langsung untuk membuat ikatan emosional yang mendalam bagi para peminatnya. Musik yang menggambarkan lebih banyak suara hati dan situasi orang maka lebih banyak peminatnya daripada musik yang dibuat dengan audience khusus seperti rock walaupun tetap memiliki pendukung setia. Penampilan fisik yang bagus adalah saham yang diperdagangkan di dunia Kpop

c) Idol Kpop

(Fisher, Max, 2012) Idol Kpop adalah sekumpulan orang yang dipersiapkan dengan cermat dengan lagu yang dibuat sedemikian rupa dan diatur dengan formula yang cermat dan semua aspek yang digunakan dalam skala besar. Menurut John Seabrook dimana idol KPop menjadi ‘teknologi budaya’ di sebuah system pabrik dimana segala sesuatu mulai dari kebangsaan, composer hingga warna bayangan mata, gerakan tangan, ditentukan sebelumnya oleh formula berprotokol.

Menurut (Seabrook., 2016: 106) tidak semua idol Kpop adalah musisi meski beberapa terdapat musisi di dalamnya artis Kpop jarang memainkan alat music di atas panggung. Idol Kpop unggul dalam kecantikan fisik semata, wajah mereka dipahat, dan dipahat meruncing ke titik yang tajam di dagu, gaya Na’vi yang membuat terlihat bentuk wajah yang berbeda dengan orang Korea pada umumnya. Idol Kpop juga tidak semuanya mendapat tindakan prosedur yang dirancang oleh agensi apabila fitur wajah dan proporsi tubuh sudah dianggap layak dan siap untuk di pasarkan. Agensi merekrut anak-anak usia 12-19th untuk dijadikan bakal idol dan ditanamkan sesuai dengan value yang dimiliki masing-masing agensi.

Dari (Maharani Putri et. Al., 2021: 78) salah satu agensi Idol Korea S.M. Entertainment memproduksi idol mereka dengan tahapan:

a. Casting

Persiapan pencarian bakat-bakat baru yang akan direkrut oleh agensi Kpop mereka menggunakan berbagai cara untuk mendapatkan artis yang sesuai

dengan standart mereka yakni *street casting* (merekrut anak-anak muda yang ada di jalan atau sekolah), *Saturday audition*, dan juga *global audition*.

b. Training

Kegiatan pelatihan para calon artis dengan pengembangan bakat yang dilaksanakan bisa jangka pendek hingga tahunan.

c. Producing

Memproduksi Music Video (MV), atau berbagai macam konten kreatif dari music, pakaian, hingga video yang nantinya bakal hasil produksi menghasilkan minat untuk membeli produk yang di perjualbelikan.

Idol Kpop secara singkat dapat dijelaskan sebagai sekumpulan orang yang berbakat dan telah menjalani trainee dalam periode tertentu yang menunjukkan aksi di atas panggung berupa menyanyi dan dance serta atraksi lain yang dinaungi oleh agensi.

D. PSIKOLOGI PERKEMBANGAN

1. Pengertian Psikologi Perkembangan

Pengertian psikologi perkembangan (Yusuf, 2017: 3) menurut beberapa ahli sebagai berikut:

- a) Menurut J.P Chaplin, 1979 psikologi perkembangan merupakan cabang dari psikologi yang mempelajari proses perkembangan individu, baik sebelum maupun setelah kelahiran berikut kematangan perilaku
- b) Menurut Ross Vasta, dkk 1992 psikologi perkembangan merupakan cabang psikologi yang mempelajari perubahan tingkah laku dan kemampuan sepanjang proses perkembangan individu mulai masa konsepsi sampai mati.

Perkembangan dapat diartikan sebagai ‘perubahan progresif dan berkesinambungan dalam diri individu yang dimulai darikelahiran hingga kematian.

2. Prinsip-prinsip Perkembangan

Terdapat prinsip-prinsip perkembangan yang tertera pada (Yusuf, 2017:17) yakni

- a) Perkembangan merupakan proses yang tidak pernah berhenti
- b) Semua aspek perkembangan mempengaruhi
- c) Perkembangan itu mengikuti pola tertentu
- d) Perkembangan terjadi pada tempo yang berlainan
- e) Setiap fase perkembangan mempunyai ciri khas

3. Fase-fase Perkembangan

Dalam (Yusuf, 2017:20) fase perkembangan dapat diartikan sebagai penahapan atau pembabakan rentang perjalanan kehidupan individu yang diwarnai ciri-ciri khusus atau pola perilaku tertentu. Secara garis besar fase perkembangan digolongkan menjadi tiga yaitu:

a) Tahap Perkembangan Berdasarkan Analisis Biologis

Terdapat beberapa pandangan dari ahli Aristoteles dimana terdapat tiga tahapan setiap tahapan lamanya tujuh tahun, yaitu:

Tahap I : dari 0,0 sampai 7,0 tahun (masa anak kecil atau masa bermain)

Tahap II : dari 7,0 sampai 14,0 tahun (masa anak, masa sekolah rendah)

Tahap III : dari 14,0 sampai 21,0 tahun (masa remaja / pubertas, masa peralihan dari usia anak menjadi orang dewasa).

Menurut Elizabet Hurlock mengemukakan tahapan perkembangannya;

Tahap I : Fase Pranatal (sebelum lahir) mulai masa konsepsi sampai kelahiran yaitu berkisar dari 9bulan atau 280 hari

Tahap II : *infacy* (orok) mulai lahir sampai usia 10 atau 14 hari

Tahap III : *Babyhood* (bayi) mulai saat bayi 2 minggu sampai 2th

Tahap IV: *Childhood* (kanak-kanak) mulai 2th sampai masa remaja (puber)

Tahap V : Adolesense mulai usia 11 tahun atau 13 tahun sampai usia 21 tahun.

Adolesense terbagi menjadi tiga fase

- a) Pre Adolesense umumnya wanita 11 sampai 13 tahun sedangkan pria lebih lambat dari itu
- b) Early Adolesense saat usia 16 sampai 17 tahun
- c) Late Adolesense masa perkembangan terakhir sampai masa usia kuliah di perguruan tinggi.

E. REMAJA

1. Pengertian Remaja

(Yusuf, 2017: 185) Fase remaja merupakan segmen perkembangan individu yang diawali dari kematangan organ fisik (seksual) sehingga mampu untuk berproduksi. Menurut Konopka (Pikunas, 1976) masa remaja meliputi

- a) Remaja awal : 12-15tahun
- b) Remaja madya : 15-18tahun
- c) Remaja akhir : 19-22tahun

Menurut Salzman mengemukakan bahwa remaja merupakan masa perkembangan sikap tergantung (*depence*) terhadap orangtua ke arah kemandirian (*independence*), minat-minat seksual, perenungan, diri dan perhatian terhadap nilai-nilai estetika dan isu-isu moral.

2. Karakteristik Perkembangan Remaja

a) Perkembangan Fisik

Bagian-bagian tubuh pada area tertentu pada awalnya tidak terlalu menonjol namun seiring berjalannya usia terdapat perubahan signifikan yang terjadi pada tubuh remaja. Ciri tumbuh kembang fisik laki-laki dan perempuan mempunyai perbedaan yang cukup jelas.

b) Perkembangan Kognitif (Intelektual)

Menurut Piaget masa remaja sudah memasuki tahap operasi formal yakni tentang bagaimana mental meninjau berbagai gagasan-gagasan yang tidak diketahui sebelumnya. Menurut Berzonsky model cabang kemampuan berpikir remaja yang secara formal dimana memiliki dua sisi yang khusus yakni (1) pengetahuan estetika: yang bersumber dari pengalaman seperti bermain musik, membaca literatur, dan seni (2) pengetahuan personal yakni pengetahuan yang bersumber dari hubungan interpersonal dan pengalaman-pengalaman konkret.

c) Perkembangan Emosi

Pada perkembangannya masa remaja merupakan periode emosional sedang memuncak yang dibarengi dengan perubahan bentuk fisik serta suasana hati dan dorongan seksual yang mulai terangsang dengan lawan jenis. Mencapai kematangan emosional merupakan tugas perkembangan yang sulit bagi remaja dimana proses pencapaiannya sangat dipengaruhi oleh kondisi sosio-emosional lingkungan terutama pada keluarga dan kelompok teman sebaya.

d) Perkembangan Sosial

Kemampuan social mulai dirasakan remaja dimana ia mulai memahami dan melihat orang lain bahwa terdapat individu unik yang menarik minat-minat pribadinya. Pergaulan yang dicari ialah mereka yang secara psikologis mempunyai kesamaan frekuensi. Perkembangan sosialnya juga bermunculkan sikap '*comformity*' yang bermaksud cenderung menyerah dan mengikuti orang lain atau teman sebaya. Remaja pada saat mengeksplorasi lingkungan sosialnya diharap mampu menerima, memahami, serta menyesuaikan diri serta memberikan respon yang tepat terhadap suatu peristiwa.

e) Perkembangan Moral

Pengalaman interaksi social yang dibangun remaja dengan berbagai macam genre dan usia lingkungan social memunculkan moralitas anak untuk melakukan perbuatan-perbuatan yang dianggapnya benar. Mereka mencari bukan hanya kepuasan fisik namun juga psikologis dimana mereka ingin diterima dan memunculkan perasaan yang berharga.

f) Perkembangan Kepribadian

Perkembangan jatidiri dikatakan sebagai isu sentral yang memberikan dasar bagi masa dewasanya kelak, dimana value dan segala aspek yang membuatnya bertumbuh menjadi pertimbangan dan panduan pelaksanaan. Perkembangan identitas dipengaruhi oleh berbagai factor diantaranya ; iklim keluarga, tokoh idola, serta peluang pengembangan diri.

g) Perkembangan Kesadaran Beragama

Penanaman agama semenjak kecil merupakan langkah yang baik saat orangtua menuntun perkembangan anak karena pasca remaja mereka mulai timbul kegoncangan agama yang bisa dari internal maupun eksternal. Pemahaman pentingnya pelaksanaan dan penghayatan pribadi menjadi modal anak

untuk menentukan sejauh mana ia akan bertindak ditengah krisis emosional yang terjadi pada remaja (Yusuf, 2017:207).

F. KESEHATAN MENTAL

1. Pengertian Kesehatan Mental

Kesehatan mental menurut Yustinius 2010 dalam (Dawam Mahfud, dkk 2015: 43) merupakan istilah dari *mental hygiene*. *Mental* mempunyai makna (dari bahasa latin:*mens, mentis*) yang berarti jiwa, nyawa, roh, sukma, dan semangat, sedangkan *hygiene* (dari bahasa yunani: (dari bahasa yunani: *hugyene*) yang berarti ilmu kesehatan.

Kesehatan mental menurut *World Health Organization* (WHO) didefinisikan sebagai kondisi kesejahteraan individu yang menyadari potensi sendiri sehingga dapat mengatasi tekanan kehidupan yang normal, dapat bekerja secara produktif dan berbuah, dan mampu memberikan kontribusi pada kepada komunitasnya.

Menurut Jalaludin Rahmad 2010 dalam (Hamid, 2017:3)Kesehatan mental adalah terhindarnya seseorang dari gangguan dan penyakit jiwa. Kesehatan mental adalah terhindarnya seseorang dari keluhan dan gangguan mental baik neurosis maupun psikosis (penyesuaian diri terhadap lingkungan social) .

Menurut Dr. Jalalludin 2008 dalam (Nihayah, 2016: 35) kesehatan mental merupakan suatu kondisi batin yang senantiasa berada dalam kondisi tenang, aman, dan tentram. Untuk memperoleh ketenangan batin manusia dapat dilakukan dengan salah satu upayanya secara resignasi yakni (penyerahan diri sepenuhnya kepada Tuhan).

Menurut al-Bakhi dalam (Ariadi, 2013: 120) , badan dan jiwa mempunyai keseimbangan yang berdampak pada sehatnya seseorang begitupula sebaliknya jika tubuh merasa sakit terdapat ketidakseimbangan di dalamnya. Ketidakseimbangan dalam tubuh

menyebabkan demam, sakit kepala dan rasa sakit di area badan. Apabila ketidakseimbangan terjadi pada jiwa mengakibatkan kemarahan, kegelisahan, kesedihan, dan gejala-gejala yang berhubungan dengan kejiwaan lainnya.

Menurut Sururin (2004) dalam (Dawam Mahfud, dkk: 44) kesehatan mental dengan pengertian;

- a. Terhindarnya seseorang dari gangguan dan penyakit jiwa (neorosis dan psikis),
- b. Kemampuan untuk menyesuaikan diri dengan dirinya sendiri, orang lain, masyarakat, serta lingkungan dimana ia hidup.
- c. Terwujudnya keharmonisan yang sungguh-sungguh antara fungsi-fungsi jiwa serta mempunyai kesanggupan untuk mengatasi problem yang bisa terjadi dari kegelisahan problem yang bisa terjadi dari kegelisahan dan pertengkaran batin (konflik),
- d. Pengetahuan dan perbuatan yang bertujuan untuk mengembangkan dan meningkatkan potensi, bakat dan pembawaan semaksimal mungkin.

Jadi kesehatan mental ialah terhindarnya seseorang dari gejala gangguan sakit jiwa yang dalam praktisnya mereka mampu mengatasi segala macam konflik yang terdapat dalam maupun luar dirinya sehingga tercermin sikap dan perilaku yang selaras dengan keadaan.

2. **Ciri-ciri Kesehatan Mental**

Menurut Zakiah Daradjat (1995) pada (Hamid, 2017:3) Kesehatan mental dikelompokkan dalam enam kategori yakni;

- a. Memiliki sikap batin (attitude) yang positif terhadap dirinya sendiri
- b. Aktualisasi diri
- c. Mampu mengadakan integrasi dengan fungsi-fungsi psikis yang ada

- d. Mampu berotonom terhadap diri sendiri (mandiri)
- e. Memiliki persepsi yang objektif terhadap realitas yang ada
- f. Mampu menyelaraskan kondisi lingkungan dengan diri sendiri.

Menurut Yusuf (2011) pada (Fakhriyani, 2019: 12) karakteristik mental yang sehat ialah ;

- a. Terhindar dari gangguan jiwa
- b. Mampu menyesuaikan diri
- c. Mampu memanfaatkan potensi secara maksimal
- d. Mampu mencapai kebahagiaan pribadi dan orang lain

Menurut WHO karakteristik mental yang sehat dalam (Fakhriyani, 2019:14) adalah sebagai berikut;

- a. Mampu belajar sesuatu dari pengalaman
- b. Mampu beradaptasi
- c. Lebih senang memberi daripada menerima
- d. Lebih cenderung membantu daripada dibantu
- e. Memiliki rasa kasih sayang
- f. Memperoleh kesenangan dari segala hasil usahanya
- g. Menerima kekecewaan dengan menjadikan kegagalan sebagai pengalaman serta,
- h. Selalu berpikir positif (*positive thinking*)

G. BIMBINGAN DAN KONSELING ISLAM

1. Pengertian Bimbingan dan Konseling Islam

Achmad Mubarak menjelaskan yang dimaksud dengan bimbingan dan konseling Islam adalah *Al-Irsyad Al-Nafs* yang diartikan sebagai bimbingan kejiwaan, satu istilah yang cukup jelas muatannya dan bahkan bisa lebih luas penggunaannya. Bimbingan kejiwaan yang dibimbingkan ke konseli adalah untuk tercapainya akhlak yang mulia (Mubarak, 2000: 5)

Menurut Saiful Akhyar konseling Islam dari segi proses konseling ialah berlangsungnya pertemuan tatap muka (*face to face*) antara dua orang atau lebih. Pihak pertama ialah konselor yang dengan sengaja memberikan bantuan layanan kepada konseli secara profesional. Konseli merupakan pihak kedua yang dibantu untuk pemecahan masalahnya. Konseling merupakan sebuah proses yang bertujuan untuk mencari ketentraman hidup baik di dunia maupun di akhirat. Ketentraman dapat tercipta dengan menjadikan Allah sandaran dalam hidup dan berilaku sehingga mendapat perlindungan dan pertolongan Allah SWT (Akhyar, 2015: 65)

Pengertian bimbingan dan konseling Islam pada dasarnya serupa dengan bimbingan penyuluhan hanya saja bimbingan dan konseling Islam pelaksanaan bimbingan dan landasan-landasan tindakannya mengambil rujukan ajaran islam. Sebagaimana yang dipaparkan oleh H.M. Arifin yang dikutip pada buku karangan Imam Sayuti Farid yang dengan judul “Pokok-Pokok Bahasan Tentang Penyuluh Agama” bahwa bimbingan penyuluhan agama adalah segala kegiatan yang dilakukan seseorang dalam memberikan bantuan kepada orang lain, yang mengalami kesulitan-kesulitan rohaniah dalam lingkungan hidupnya, agar individu tersebut dapat mengatasi masalahnya sendiri akibat timbulnya kesadaran dan penyerahan diri kepada Tuhan Yang Maha Esa sehingga mendapat cahaya harapan kebahagiaan hidup pada saat ini dan masa depannya. (Farid, 2007: 29). Konseling Islam adalah proses pemberian bantuan terhadap individu, agar menyadari kembali akan eksistensinya sebagai makhluk Allah yang seharusnya selaras dengan ketentuan dan petunjuk Allah sehingga mendapat kebahagiaan untuk dunia dan akhirat (Musnamar, 1992:5)

Menurut Sutoyo bimbingan dan konseling Islami adalah upaya membantu individu belajar mengembangkan fitrah dan atau

kembali kepada fitrah dengan cara membedakan iman, akal, dan kemauan yang dikaruniakan Allah SWT kepadanya untuk mempelajari tuntunan Allah dan Rasulnya agar fitrah yang ada pada individu berkembang dengan benar dan kukuh sesuai tuntunan Allah SWT (Sutoyo, 2013: 22)

Menurut Samsul Munir mendefinisikan bimbingan dan konseling Islam adalah proses pemberian bantuan yang terarah, kontinu, dan sistematis kepada setiap individu agar dapat mengembangkan potensi atau fitrah beragama yang dimiliki secara optimal dengan cara menginternalisasikan nilai-nilai yang terkandung dalam al-Qur'an dan al-Hadits Rasulullah Muhammad SAW ke dalam diri, sehingga ia dapat hidup selaras sesuai dengan tuntunan al-Qur'an dan al- hadits (Amin, 2010: 23).

Penulis berkesimpulan bahwa bimbingan dan konseling Islam adalah proses pemberian bantuan pada individu yang dilakukan oleh ahli agar individu tersebut mampu meraih jati dirinya sendiri dan menemukan arahan hidup dengan panduan yang bersumber dari al-Qur'an dan Hadits demi meraih kebahagiaan yang abadi untuk kepentingan dunia dan akhirat.

2. Tujuan Bimbingan dan Konseling Islam

Tujuan bimbingan dan konseling Islam sebagaimana yang dikemukakan oleh Adz-Dzaky ialah:

- a) Menghasilkan suatu perubahan, perbaikan, kesehatan jiwa dan mental. Jiwa menjadi tenang, jinak dan damai (*muthmainnah*) bersikap lapang dada (*radhiyah*), dan mendapat pencerahan taufiq hidayah Tuhannya (*mardhiyah*)
- b) Menghasilkan suatu perubahan, perbaikan dan kesopanan tingkah laku yang dapat memberikan manfaat baik pada diri

sendiri, lingkungan keluarga, lingkungan kerja maupun lingkungan social, dan alam sekitarnya.

- c) Menghasilkan kecerdasan rasa (emosi) pada individu sehingga muncul perkembangan rasa toleransi, kesetiakawanan, tolong-menolong, dan rasa kasih sayang (Adz-Dzaky, 2002).

Menurut Tohari Musnamar tujuan konseling Islam yang dapat dijadikan landasan dalam pengimplementasian layanan konseling Islam ialah :

- a) Membantu individu untuk mengetahui, mengenal dan memahami keadaan dirinya sesuai dengan hakikatnya (mengingat kembali akan fitrahnya)
- b) Membantu individu menerima keadaan dirinya sebagaimana adanya, baik dan buruknya, kekuatan dan kelemahannya, sebagai sesuatu yang telah ditakdirkan oleh Allah . namun manusia diminta pula untuk menyadari bahwa diperlukan ikhtiar sehingga dirinya menjadi tawakal kepada Allah.
- c) Membantu individu memahami keadaan situasi dan kondisi yang dihadapinya,
- d) Membantu individu menemukan alternatif pemecahan masalahnya,
- e) Membantu individu mengembangkan kemampuannya mengantisipasi masa depan, sehingga mampu memperkirakan akibat apa yang ia lakukan untuk menjadikan kehati-hatian dalam tindakan. (Musnamar, 1992: 35-40)

Munandir menyatakan tujuan konseling Islami adalah membantu seseorang untuk mengambil keputusan dan membantunya menyusun rencana untuk melaksanakan apa yang telah direncanakan. Keputusan tersebut mampu membuat bertindak sesuai dengan ajaran agama islam (Munandir, 1997: 101-102)

Tujuan manusia mengetahui apa yang harus ia lakukan adalah untuk membedakan tindakan yang sesuai dan tidak, dengan bimbingan konseling Islam meluruskan akal yang tidak sadar menjadi sadar akan segala bentuk tingkah lakunya di dunia dimana tujuan dari bimbingan dan konseling Islam untuk pengembalian akal sehat seseorang.

3. Fungsi Bimbingan dan Konseling Islam

Menurut Tohari Musnamar fungsi konseling Islami tidak berbeda dengan fungsi pendidikan Islam, beliau menjelaskan fungsi konseling Islam terdiri dari beberapa fungsi :

- a) Fungsi preventif atau pencegahan, yakni mencegah timbulnya masalah pada individu,
- b) Fungsi kuratif atau korektif, ialah memecahkan atau menanggulangi masalah yang sedang dihadapi individu,,
- c) Fungsi presertative, membantu individu agar situasi dan kondisi yang semula baik(terpecahkan) dan kebaikan itu bertahan lama,
- d) Fungsi *developmental* atau pengembangan, membantu individu memelihara dan mengembangkan situasi dan kondisi yang lebih baik, yang awalnya kurang menjadi baik, dan yang sudah mengalami peningkatan sehingga tidak menjadikan sebab muncul masalah bagii dirinya sendiri (Musnamar, 1992: 4).

Menurut Aswadi (Aswadi, 2009: 16) terdapat pembagian beberapa fungsi yang dijabarkan yakni :

a) Fungsi Pencegahan

Fungsi pencegahan (preventif) ialah usaha untuk menghindari segala sesuatu yang tidak baik atau menjauhkan diri dari larangan Allah. Ajaran Islam sangat menganjurkan manusia untuk berjaga diri sebelum

terjerumus pada masalah yang dianggap dholim sesuai dengan rujukan dari bimbingan dan konseling Islam yang bersumber dari hadits dan al-Qur'an. Manusia yang melakukan sholat yang baik dan sempurna mampu tercegah dari perbuatan yang dilarang.

b) Fungsi Pengembangan

Aswadi mengungkapkan fungsi pengembangan ialah individu yang mendapat bimbingan dapat ditingkatkan lagi bakat dan prestasinya untuk mendekatkan dirinya pada Allah dengan segala sesuatu yang ia miliki.

c) Fungsi Penyaluran

Fungsi penyaluran merupakan fungsi mengarahkan individu kepada suatu tindakan yang bijak sesuai dengan kemampuannya. Fungsi ini mengarahkan individu agar melihat prospek ke depan dalam hidupnya yang mana kerap kali individu yang mempunyai masalah merasa masa depannya sudah hancur akibat tindakannya hari ini. Manusia yang sadar mengetahui bahwa Allah adalah Dzat yang sangat mengerti betul ciptaanNya membuat individu yang terpuruk tersebut dapat mulai merasakan kasih sayang Allah yang mungkin belum ia rasakan akibat kesedihannya yang berlarut. Bimbingan konselor mampu membantu membukakan pandangannya yang kabur.

d) Fungsi Perbaikan

Individu yang mempunyai masalah biasanya diakibatkan perbuatannya sendiri yang luput, namun acapkali mereka mengambil tindakan yang kerap membawa kerugian dalam dirinya, dengan ini fungsi bimbingan dan konseling Islam membantu individu bahwa segala sesuatu yang kurangbaik terjadi di masa lalu dapat diperbaiki

dengan adanya nafas sebagai kesempatan dari-Nya untuk kita kembali.

Fungsi perbaikan pada bimbingan dan konseling Islam membantu individu yang membuat permasalahan tidak lagi berputus asa dari apa yang telah ia lakukan karena ia masih diberikan kesempatan oleh Allah dan sebaiknya segera bertaubat dan memperbaiki tindakannya lagi.

Menurut Faqih dalam (Tarmizi, 2018: 63) fungsi bimbingan dan konseling Islam yaitu :

- a) Fungsi preventif, yakni membantu individu menjaga atau mencegah timbulnya masalah bagi dirinya.
- b) Fungsi kuratif atau korektif, membantu individu memecahkan masalah yang sedang dihadapi atau dialami.
- c) Fungsi developmental, ialah memelihara agar keadaan yang telah baik tidak menjadi buruk kembali serta mengembangkan keadaan yang sudah baik menjadi lebih baik, sehingga memungkinkan menjadi sebab munculnya masalah baginya.
- d) Fungsi preservative, membantu individu menjaga agar situasi dan kondisi yang semula tidak baik (mengandung masalah) menjadi baik(terpecahkan) dan kebaikan itu bertahan lama.

4. Asas-asas Konseling Islam

Asas bermakna kaidah, ketentuan yang diterapkan serta dijadikan landasan dan pedoman penyelenggaraan konseling Islam (Lubis, 2007 hal 119-124) yakni;

a) Asas Ketauhidan

Tauhid adalah pengesaan Allah yang merupakan syarat utama bagi penjalinan hubungan antara hamba dan penciptaNya. Allah ditempatkan sebagai satu-satunya sumber dalam

kehidupan manusia. Asy-Syarqawi mengemukakan: dengan tauhid, jiwa dapat menangkap hakikat serta rahasia dari sesuat, dan pengetahuan yang mengarah pada jalan lurus sehingga jiwa menjadi suci dan berakhlak mulia. Zakiah Daradjat juga berkesimpulan bahwa pokok-pokok keimanan yang diwajibkan bagi umat Islam sangat penting artinya bagi kesehatan mental, karena keimanan memupuk dan mengembangkan fungsi-fungsi jiwa serta memelihara keseimbangannya serta ketentraman batin bagi manusia

b) Asas Amaliah

Keterpaduan antara perkataan dan perbuatan, antara ilmu dan amal ditata konsepnya atas firman Allah SWT dalam surah as-Saff (61) ayat 2, yakni Allah mengecam manusia mukmin yang tidak disertai atau diselaraskan dengan perbuatan nyata. Hal yang terpenting dalam proses layanan konseling adalah dapat menemukan dirinya melalui interaksi tersebut sehingga mengalami perubahan bertahap yakni untuk perubahan tindakan.

c) Asas Akhlaq al Karimah

Asas ini melingkup ganda tujuan dan proses konseling islami. Munandir mengemukakan keberhasilan konselng sangat ditentukan oleh hubungan konseli dan konselor. Tanpa akhlaq yang tinggi dan mulia keselamatan, kemajuan tidak akan tercapai.

d) Asas Profesional (Keahlian)

Munandir mengungkapkan bahwa sebagai petugas konselor harus sudah mencapai taraf kematangan pribadi, spritualitas, dan keilmuan pada tingkatan yang dikehendaki. Profesi konselor memiliki spesifikasi dengan predikat keislamannya, yakni senantiasa mendasarkan pelaksanaan dengan keimanan terhadap Allah dan menghiasi diri dengan

akhlak yang mulia yang tercermin dari sikap bagaimana membimbing pasien.

e) Asas Kerahasiaan

Islam memberi tekanan pada penjagaan rahasia saudaranya dalam pergaulan sehari-hari sampai diberikan pahala barang siapa menjaga rahasia saudaranya tersebut. Penjagaan rahasia pada konseling Islam sangatlah urgent mengingat yang diceritakan pasien adalah ranah cerita privasi yang bukan untuk diumbar. Pengungkapan rahasia dimaksudkan untuk membantu klien menemukan akar masalah yang dimana menjaga rahasiapun menjadi sama pentingnya saat pengungkapan.

5. Pendekatan Konseling Islam

Pendekatan adalah bagaimana upaya seharusnya hal yang dilakukan oleh konselor pada konseli untuk membuka dan mendapat kepercayaannya dalam terbuka (Lubis, 2007: 126) yakni :

a) Pendekatan Fitrah

Dalam Qs. Ar-Rum(30) ayat 30 Allah menjelaskan bahwa manusia dijadikan menurut fitrah Allah yang dimana bermaksud bahwa manusia ialah ciptaan Allah yang diberikan anugerah naluri beragama, yakni Tauhid. Bekal ketauhidan inilah yang mampu menuntun manusia itu sendiri untuk mampu menyembuhkan diri dari penyakit fisik juga mentalnya.

b) Pendekatan Sa'adah mutawazinah

Penyelenggaraan konseling Islam berdasarkan adanya permasalahan di dunia dimana saat ini manusia tinggal dan berada. Sa'adah adalah kebahagiaan yang selayaknya dicapai manusia untuk dunia dan akherat. Kebahagiaan akherat dapat dijembatani dengan kebahagiaan di dunia. Sejalan dengan itu

penyelesaian problem manusia adalah untuk mencapai kebahagiaan yang paripurna. (Lubis, 2007: 127)

c) Pendekatan Kemandirian

Penyelesaian masalah pada hakikatnya dilakukan oleh individu itu sendiri. Allah menegaskan dalam beberapa ayat Al-Qur'an yang berpoin manusia tidak akan mencapai kebaikan/ kemajuan jika tidak berusaha ke arah itu dan tidak memperoleh sesuatu selain apa yang diusahakannya. Konseling Islam berupaya membantu menyadarkan dan memecah jalan keluar pemikiran individu yang berantakan agar ia mampu berpikir dan bertindak secara sadar dan bertanggung jawab atas apa yang dilakukan untuk dirinya sendiri sehingga mampu melanjutkan hidup.

d) Pendekatan Keterbukaan

Klien dan konselor mempunyai hubungan yang menentukan bagaimana penyelesaian cepat ditemukan akar permasalahannya yakni dengan keterbukaan dari kedua belah pihak yang dilandasi percaya. M.D Dahlan menyampaikan klien mempunyai kebebasan penuh untuk mengutarakan perasaannya. Tugas konselor menciptakan atmosfer yang menyenangkan dan menciptakan rasa aman sehingga keterbukaanpun dapat diraih bersama. (Lubis, 2007: 130)

e) Pendekatan sukarela

Tidak semua konselor mempunyai kesukarelaan dalam menyatakan masalahnya jika terjadi seperti ini proses konseling tidak akan maksimal dan efektif. Keterampilan konselor membuat klien merasa tidak dihakimi atau dipaksakan dengan proses konseling atau menciptakan hubungan yang menyenangkan adalah kunci keberhasilan. Konselor sendiri harus memiliki sekaligus memancarkan

kesukarelaan untuk membantu klien agar klien merasa aman tanpa dihakimi.

6. Teknik Konseling Islam

Teknik konseling adalah cara yang digunakan untuk mendukung proses terjadinya konseling Islam (Lubis, 2007: 137). Teknik konseling bertumpu pada penjiwaan agama pada diri atau konseli. Penjiwaan agama direpresentasikan pada kehidupan sehari-hari.

a) *Spiritualisme method*

Teknik spiritualitas ini didasarkan pada ketauhidan atau keesaan pada Allah SWT. Terdapat beberapa tahapannya yakni

1) Latihan Spritual

Proses konseling dari pengenalan sampai taju masalah akan membuka jalan bahwa permasalahannya ditemukan. Pada tahap selanjutnya inilah konselor mengupayakan kesadaran dan penerimaan penuh terhadap segala yang dihadapi dan mencoba memasuki ranah sense of God dalam spiritualitasnya dengan pemahaman yang tepat bahwa segala sesuatu berasal dari Allah SWT. Klien diupayakan untuk mendekatkan diri dengan mengubah pola pikir, perilaku yang dilakukan secara perlahan dengan pengawasan konselor. Perbaikan ibadah dan amaliah.

2) Menjalinkan Kasih Sayang

Teknik ini mengupayakan hubungan yang baik antara klien dan konseli sehingga mewujudkan sikap terbuka. Membuat klien merasa nyaman dan tidak terbebani, begitu pula berlaku untuk konselor yang harus memiliki sikap sabar, sehat jasmani dan rohani penuh

keikhlasan juga pengertian dan kasih sayang untuk membantu sesama makhluk Allah yang dalam kesulitan.

Pada dasarnya konseli akan menunjukkan berbagai sikap tertentu yang bahkan diluar nalar konselor. Konselor menggunakan kasih sayangnya dan segala macam keterampilannya untuk membantu dengan penuh perhatian dan kehati-hatian sampai titik kesadaran dan keberhargaan akan dirinya sendiri sehingga mampu menyelesaikan masalah dengan hati dan pikiran yang jernih.

3) Cerminan al-qudwah al-hasanah

Konselor biasanya adalah orang yang sehat secara jasmani dan rohani dan profesional untuk melakukan layanan konseling. Selama proses konseling konseli tentu saja memperhatikan bagaimana cara bersikap dalam konselor, walau hanya pekerjaan namun menjadi pribadi yang memancarkan aura positif akibat keilmuan dan ketaqwaanya. Konselor secara tidak langsung memantulkan kebaikannya pada klien sehingga menginspirasi dan sedikit banyak membantu klien untuk mawas diri dengan contoh yang ada di depannya.

b) Client Centered Method (Non Directive Approach)

Teknik yang diperkenalkan oleh Carl Rogers ini tidak bertentangan dengan nilai yang terkandung dalam Islam. Islam menjung tinggi manusia bahwa mereka mampu tumbuh dan menemukan dirinya sendiri. Client centered mengupayakan klien agar percaya pada dirinya sendiri dengan membuat keputusan secara sadar dan tepat demi kelangsungan hidupnya.

Keterampilan konselor menjadi bagian penting untuk mengarahkan klien pada kestabilan dengan pemberian sikap yang terbuka dan apa-adanya. Sehingga klien tidak perlu

mengkahwatirkan penolakan dan nyaman menjadi dirinya sendiri.

H. COGNITIVE BEHAVIOR THERAPY

(Mujib & Mudzakar, 2001: 214) Teknik modifikasi perilaku dan mengubah keyakinan maladaptif seseorang yang dimana terdapat ahli yang membantu individu merubah intrepertasi irrasional yang dimiliki terhadap suatu kejadian tertentu sehingga diupayakan agar menjadi sadar akan masa kini atau realistis. Konselor atau ahli membantu pengendalian emosi yang terganggu seperti kecemasan yang berlebih dan mengarahkan agar dapat menangani emosinya sendiri dengan lebih efektif untuk dirinya sendiri.

Menurut Beck & Weishar dalam (Erfantinni, Puwanto, & Japar, 2016:120) bahwa apapun yang berada dalam pikiran manusia mampu menentukan perilaku dan merasakan yang terjadi pada diri seseorang. Fokus CBT didasarkan pada alam bawah sadar manusia itu sendiri atau pikiran dimana pikiran membentuk perilaku seseorang dalam bertindak. Tujuan lain dari Cognitive Behavior Therapy juga mengajari dan melatih klien untuk mengurangi gejala fisik yang berkembang selama muncul stressor yang biasanya menimbulkan aktivitas auto pilot yang berulang dan merugikan diri klien. Adapun Bush mengungkapkan bahwa konseling Cognitive Behavior Therapy merupakan perpaduan dari dua pendekatan dalam psikoterapi yaitu Cognitive Behavior Therapy. Terapi Cognitiv memfokuskan pada pikiran, asumsi dan kepercayaan. Terapi Cognitiv Behavior membantu individu untuk membentuk perilaku dalam memecahkan masalah. Pendekatan Cognitive Behavior Therapy tidak memfokuskan pada masa lalu fokusnya masa kini namun tidak mengabaikan masa lalu.

Secara singkat Cognitive Behavior Therapy mencoba mengembalikan pola pikir klien yang menyimpang akibat cedera atau peristiwa traumatis tertentu untuk menimbulkan kesadaran dengan

latihan-latihan serta mengurangi kegiatan yang bersifat auto pilot saat muncul stressor.

I. Perilaku Prososial

1. Pengertian Prososial

Menurut Kassin dalam (Andis, 2012: 9) Perilaku prososial secara singkat didefinisikan sebagai tindakan yang diharapkan dapat menguntungkan orang lain. Perilaku prososial merupakan perilaku yang muncul jika kita berada dalam situasi mana kita bertemu orang-orang di sekitar atau disebut kontak social dimana tindakan tersebut dilakukan atau direncanakan untuk membantu orang lain tanpa memperdulikan motif si penolong.

Menurut Dahriani dalam (Andis, 2012:10) menyatakan bahwa perilaku prososial merupakan perilaku yang mempunyai tingkat pengorbanan tertentu yang bermaksud memberikan keuntungan pada orang lain baik secara fisik, maupun psikologis yang dimana dapat menimbulkan perdamaian dan meningkatnya toleransi hidup terhadap sesama, namun tidak ada keuntungan yang jelas bagi individu yang melakukan tindakan.

Menurut Eisenberg dan Mussen (1989) dalam (Shadiqi, 2018:3) Mendefinisikan perilaku prososial sebagai tindakan sukarela yang dimaksud untuk membantu dan memberi manfaat bagi orang lain atau kelompok individu. Pendapat lain diutarakan oleh Gruces Davidov & Lundell menyatakan bahwa setiap kesukarelaan tindakan yang disengaja atau memberikan hasil yang positif atau bermanfaat bagi penerima (*the recipient*) terlepas tindakan tersebut memiliki nilai harga, tidak berdampak apapun atau justru dapat menguntungkan bagi pemberi (*the donor*).

Secara ringkas pengertian perilaku prososial adalah tindakan pemberian bantuan yang bersifat positif kepada seseorang dengan terencana untuk kebaikan si penerima tanpa memperdulikan motif si pemberi.

2. Dimensi Prososial

Menurut Mussen dalam (Andis, 2012:11) perilaku prososial mencakup beberapa hal seperti ;

a. Berbagi

Berbagi mempunyai makna dimana ia membagikan suasana hati pada orang lain mengenai apa yang ia rasakan baik dalam situasi suka cita maupun sebaliknya.

b. Menolong

Kesediaan seseorang dalam memberikan bantuan pada orang lain yang membutuhkan pertolongan dengan berbagai bentuk baik material maupun moral yang dipergunakan untuk kebermanfaatannya pada penerima.

c. Kerjasama

Kerjasama ialah kerelaan dan kesediaan seseorang bahu membahu bersama dalam mewujudkan suatu hal tertentu dengan kebersamaan.

d. Bertindak Jujur

Wujud perilaku seseorang untuk berperilaku dan berucap apa adanya dengan tidak melakukan upaya penipuan dan merugikan orang lain atau menjauh dari fakta.

e. Berderma

Tindakan seseorang yang bersedia memberikan sebagian bahkan seluruhnya yang ia miliki kepada oranglain untuk kebermanfaatannya penerima juga ketenangan hati bagi pemberi.

Secara singkat dimensi prososial dapat dikatakan beberapa wujud perilaku nyata yang dilakukan seseorang untuk orang lain yang dimana menggunakan panca indera maupun bersifat material.

BAB III

GAMBARAN UMUM PENELITIAN

A. Gambaran Umum Penggemar Kpop Idol di Kota Semarang

1. Profil Komunitas

a. Army Serendipity Semarang

Sejarah awal mulai berdirinya komunitas Army Serendipity Semarang menurut penuturan kak (Nabia, pada 14 Juni 2021 di Eatboss) mengungkapkan komunitas berawal dari peristiwa insidental dimana BTS *Bangtan Sonyeondan* atau berarti Bangtan Boys mengadakan konser di Jakarta pada 29 April 2017 yang bertajuk ‘Live Trilogy III The WINGS Tour’ yang bertempat di Indonesia Convention Center (ICE) BSD. Penggemar yang berasal dari Semarang merasakan kesulitan apabila datang ke konser ke kota orang dengan pengetahuan yang minim. Berbekal berkenalan dengan orang-orang yang sharing di platform *facebook, bbm, dan whatsapp* pada saat itu mereka berhasil mengumpulkan orang-orang yang sudah mendapatkan tiket konser BTS dan berdomisili di Semarang.

Setelah mereka berkomunikasi di melalui media sosial diadakanlah pertemuan yang membahas mengenai mekanisme keberangkatan dan apa saja keperluan saat konser untuk bersama. Jumlah orang saat itu yang ikut pada rombongan berkisar 70. Rombongan tersebut akhirnya memutuskan untuk memesan hotel secara bersamaan. Untuk keberangkatan mereka menggunakan bus yang mereka sewa secara bersama-sama. Rombonganpun berangkat sehari lebih awal dari pelaksanaan konser. Konserpun berlangsung dengan meriah seperti yang diharapkan oleh semua pihak. Konser berlangsung ramai, tertib dan lancar. Pasca konser

merekapun berkeliling Jakarta bersama dengan rombongan. Saat perjalanan pulang mereka menginspirasi untuk membuat grup karena sudah merasa cocok dengan anggota. Kemudian setelah beberapa bulan pasca konser mereka sering mengadakan pertemuan. Pertemuan-pertemuan tersebut awalnya hanya untuk rombongan saja namun seiring berjalannya waktu satu persatu anggota baru masuk ke dalam circle mereka. Mereka mulai membuat akun instagram untuk mempromosikan bahwa mereka adalah A.R.M.Y. atau penggemar BTS yang berbasis di Semarang.

A.R.M.Y merupakan singkatan dari kata *Adorable Representative MC of Youth*. Secara singkatnya kata ‘army’ dalam bahasa Inggris bermakna tentara dimana mereka selain menjadi perwakilan kaum muda mereka juga menjadi tentara pelindung BTS. Army serendipity Semarang terhubung dengan army-army lain yang tersebar di seluruh Indonesia. Bisa dikatakan bahwa perwakilan army Semarang yang mempunyai struktur yang jelas ialah Army Serendipity. Army Serendipity Semarang bergabung dengan @armyregion_ina atau Army Indonesia.

b. IKONIC Semarang

Sejarah awal berdirinya Ikonik Semarang berawal dari (Wawancara dengan kak Fay, ketua komunitas IKONIC Semarang di Namma Kafe pada 14 Juni 2021) menurut penuturan Kak Fay IKONIC Semarang berdiri pada 2018 pasca Asean Games yang berada di Indonesia memenggil guest star IKON boygrup asal Korea Selatan besutan agensi YG Entertainment. Lagu IKON pada saat itu booming bahkan berita tersebut sampai terdengar di Korea Selatan bahwa satu GOR Gelora Bung Karno menyanyikan lagu *love*

scenario. Setelah peristiwa tersebut membuat banyak muda-mudi seluruh Indonesia tak terkecuali Semarang turut penasaran dan mencari tahu serba serbi mengenai IKON. Kak Fay selaku pendiri IKONIC Semarang pada awalnya menyukai lagu secara pribadi namun karena ia juga sempat menjadi penyiar radio relasinya berkembang dan menemukan orang-orang yang mempunyai kesamaan dengan dirinya.

Setelah saat itu Kak Fay dan kawan-kawan berinisiasi membuat akun social media instagram account untuk penggemar IKON di Semarang. Tidak menunggu waktu yang lama ternyata happening IKON tersebut membuat banyak anak-anak muda Semarang yang bergabung dengan IKONIC.

Tujuan didirikannya IKONIC di Semarang yakni sebagai wadah untuk mereka yang mempunyai kesukaan yang sama dalam KPop agar tidak merasa sendiri, juga mampu membuktikan bahwa penggemar KPop yang sering dikatakan penggemar halu mempunyai kontribusi yang nyata.

2. Letak Geografis Basecamp Komunitas KPop di Kota

Semarang Event Army Serendipity Semarang

a. Army Serendipity

Secara khusus Army Serendipity Semarang tidak mempunyai basecamp karena massa yang selalu tidak dapat di prediksi. Mereka kerap melakukan penyewaan tempat untuk event yang biasanya di kafe atau balroom hotel.

b. Ikonc Semarang

Basecamp Ikonc Semarang yang menjadi tempat berkumpul para penggemar Ikonc Semarang berada di Mugas di rumah salah satu pengurus Ikonc Semarang

3. Visi dan Misi

a) Army Serendipity

1. Visi Army Serendipity Semarang :

- a. Army Serendipity menjadi rumah dan wadah bagi Army yang berada di Kota Semarang
- b. Mempererat hubungan antar sesama Army yang berada di Kota Semarang

2. Misi Army Serendipity Semarang :

- a. Mengadakan kegiatan event atau project
- b. Memberikan fasilitas untuk kegiatan Army sebagai base komunikasi representasi Army Semarang
- c. Melakukan fangirl atau fanboy dengan aman, tertib tanpa provokasi war
- d. Melakukan kerjasama dengan berbagai Fandom untuk iklim fan yang menyenangkan
- e. Memberikan manfaat di setiap acara tidak hanya sekedar bersenang-senang.

Adapun Tujuan didirikannya Army Serendipity Semarang untuk menjadikan tempat berkumpulnya para Army di Semarang dan menjadikan sebagai tempat berbagi suka, hingga berbagi kebaikan dengan berbagai komunitas dan kalangan lain.

b) Ikonik Semarang

1. Visi Army Ikonik Semarang:

- a. Ikonik Semarang menjadi rumah bagi penggemar sesama Ikonik yang berdomisili Semarang
- b. Ikonik Semarang menjadi wadah bagi kegiatan yang menyenangkan dan bermanfaat bagi sekitar.

2. Misi Ikonik Semarang

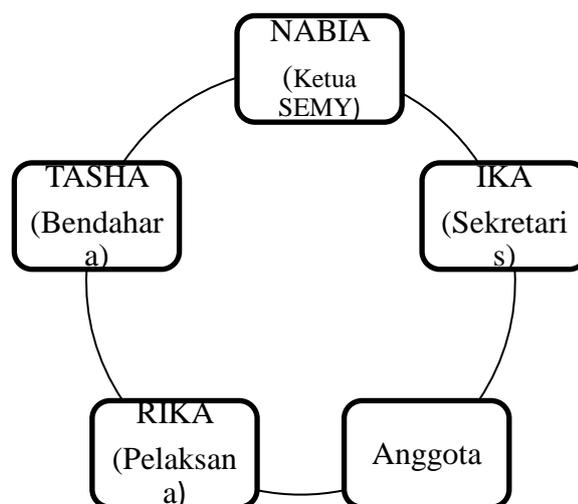
- a. Mengadakan kegiatan event atau project yang menyenangkan bagi sesama penggemar
- b. Ikonik Semarang memberi fasilitas pada penggemar untuk menggunakan nama besar Ikon pada kegiatan yang bermanfaat
- c. Menyalurkan bentuk cinta dari penggemar kepada orang-orang yang lebih membutuhkan.
- d. Bekerja sama dengan berbagai fandom untuk melakukan kampanye cinta damai anti war dengan anggota lain.

Adapun Tujuan didirikannya Ikonik Semarang untuk menjadikan tempat berkumpulnya orang dengan kesukaan yang sama dengan memberikan manfaat bagi sekitar baik bagi sesama Ikonik maupun bukan.

3. Struktur Organisasi Army Serendipity Semarang

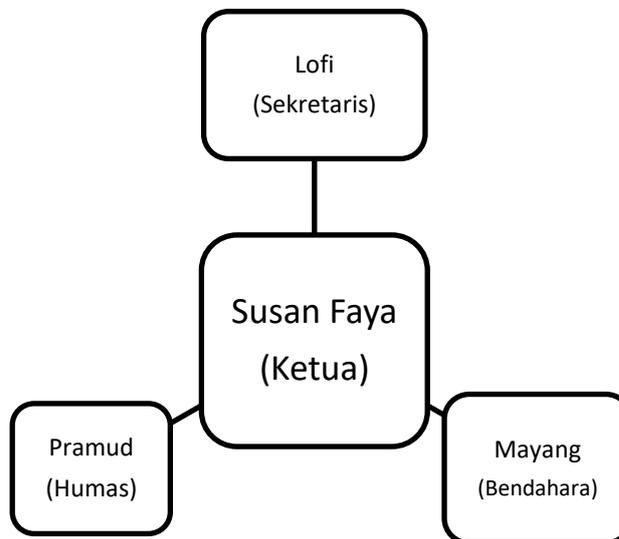
Bagan 1.1

Struktur Organisasi Army Serendipity Semarang



(Wawancara dengan Kak Nab ketua SEMY pada 14 Juni 2021)

Bagan 1.2



(Wawancara dengan Kak Fay ketua Ikonik Semarang pada 15 Juni 2021)

4. Program dan Kegiatan Komunitas Army Serendipity Semarang dan Ikonik Semarang

Pada umumnya setiap kegiatan dari base manapun mempunyai keserupaan jenis kegiatan. Hal tersebut terjadi karena budaya KPop yang cukup homogen sehingga tidak terlalu rinci perbedaan. Perbedaan biasanya hanya pada tanggal dan waktu tergantung pada Idol masing-masing. Diantara kegiatan yang dipaparkan yakni :

a) Gathering Project

Garhering merupakan aktivitas berkumpulnya para Army yang digunakan untuk saling bercengkrama satu sama lain dimana di dalamnya terdapat acara lain yakni nontong bareng (nobar) Nonton bareng adalah acara yang

diadakan oleh komunitas untuk mendapatkan perasaan yang sama namun sambil mengkampanyekan kalau tidak perlu menonton menggunakan akses ilegal yang tersebar di internet. Kegiatan lain yang dapat biasa dilakukan saat gathering adalah bernyanyi bersama, memainkan aneka kuis atau games, juga biasanya di sertai kegiatan makan bersama.

“Kita kalau kumpul yang ngadain nobar dengan nobar kita semua kan kumpul jadi satu. Ga Cuma anak lama yang dateng banyak anak baru malah yang ga pernah liat wajah-wajah sebelumnya tapi mereka baby Army kita welcome biasanya kita tanyain pernah ikut SEMY sebelumnya. Seru karena kita punya kesamaan yang sama

Awal mula nobar terbesar tuh kita pas nonton Film BTS Burn The Stage kita sewa bioskop karena saking ramainya. Jaadi pas ada acara konser luar negeri atau kaya ini konsernya online karena ada Corona. Harusnya mereka kan sekarang jadwal konseri keliling dunia tapi ada virus agensi masih bisa loby negara kayaknya ya makanya diantara boygrup lain kan cuma kita BTS sama army yang ngebolehkan konser”(wawancara dengan Kak Nab 14 Juni 2021)

b) Charity

Merupakan kegiatan amal yang diadakan oleh army serendipity Semarang saat terdapat kasus dan peristiwa besar tertentu yang terjadi di Indonesia. Inisiasinya adalah untuk meniru yang dilakukan sang idol karena banyak melakukan donasi. Army serendipity melihat hal lain dimana mereka sebenarnya menangkap perilaku konsumtif dari penggemar BTS yang membeli banyak merch atau anak Kpop

menyebut dengan istilah printilan agensi. Dengan ditampung dan disalurkan atas nama Idol mereka tidak tanggung dalam melakukan secara sukarela dan senang hati mengikuti acara tersebut. Hal serupa juga dilakukan oleh Ikonik Semarang yang melakukan banyak kegiatan dengan beramal dimana hampir di sector lain.

“Kami biasanya ngadain amal kayak gini kebanyakan orang luar anggep kita anak Kpop Cuma halu dan seneng-seneng aja. Saya sebagai orang yang dituakan disini ya berusaha memberi arahan yang baik. Banyak emang yang gasuka tapi dengan kita ngebantu oranglain mereka akan lihat yang katanya Cuma halu, suka plastic bisa jadi lebih bermanfaat. Kami juga ga ngerugiin oranglain. Army semua datang dengan sukarelanya sendiri.” (Wawancara dengan Kak Rika 14 Juni 2021)

“kalau kegiatan secara umum atau keluar kita lebih banyak melakukan charity yang paling baru kita melakukan untuk sumbangan pada nakes yang ada di beberapa rumah sakit kemarin di RS Kariadi. Kalau panti juga macem-macem. Kemarin kita juga ke beberapa panti wreda”. (Wawancara dengan Kak Fay 15 Juni 2021)

c) *Birthday Project*

Birthday Project merupakan acara yang diadakan komunitas fandom Kpop dimana mereka melakukan kegiatan bersama untuk merayakan hari lahir sang idola. Banyak hal yang dapat dilakukan seperti galang dana untuk tanam pohon, penyelamatan hewan, dan juga project besar seperti pemasangan iklan idol di baleho atau billboard. Birthday project hampir selalu diadakan setiap siapapun idolnya. Beberapa juga

digabungkan event apabila jarak ulangtahun dari sang idola berdekatan.

“Kalo birthday project kayak event wajib si bisa dibilang apalagi setiap member kan punya fans yang bias masing-masing. Jangankan mereka kita aja ngrasa ga adil atau kurang kalo event birthday salah satu member ada yang ga kita rayain karena mereka tujuh anggota kita hargain itu jadi tetep tujuh-tujuhnya harus jalan semua” (Wawancara dengan Kak Rika 14 Juni 2021)

“birthday project kita sekarang jarang adain apalagi terkait pandemic masih dikit aktivitas yang kita lakuin bareng tapi biasanya iyaa kita melakukan itu buat have fun sama temen-temen semua” (Wawancara dengan Kak Fay 15 Juni 2021)

d) *Anniversary*

Hampir sama dengan *birthday project* anniversary dilakukan komunitas untuk merayakan tanggal debut sang idola. Sebenarnya budaya ini adalah hal yang biasa dilakukan oleh penggemar asli Korea. Orang-orang Korea senang melakukan perayaan dan menghitung hari pada momen tertentu. Hal ini diadopsi secara massa oleh penggemar Kpop utamanya.

e) *Comeback*

Tidak kalah seru comeback adalah muncul atau perilisan lagu atau album tertentu dari Idol yang telah di berikan pengumuman sebulan sebelum perilisan. Biasanya terdapat project untuk event yang besar dengan bertabur hadiah. Hadiah hadiah yang disediakan bisa berupa album, kaos, ataupun item lainnya.

“Acara tuh semua seru ya cuma menurutku yang paling bikin exited tuh pas mereka comeback kita nonton bareng pas jam mau perilisan kan kayak kagetnya bareng. Artis KPOP selaluu kalo Comeback adalah waktu yang paling dinanti-nanti apalagi kalau idolnya aktif dan produktif pas

rilis selalu aja ada konsep baru yang bikin kita terhibur”
(Wawancara dengan Kak Nab 14 Juni 2021)

“Hampir sama kalau acara selalu ga terlalu jauh beda karena notabennya komunitas fangirls hampir sama semua ketika ngebuat project atau acara, kita pernah bikin comeback tapi paling rame selalu *chariy* sama *birthday project*.”

f) *Cup Sleeve Event*

Cup sleeve event biasanya diadakan di sebuah kafe untuk mendapatkan cup sleeve yang bisa ditempelkan di cup minuman. Dengan membayarkan sejumlah uang mereka mendapat cup sleeve dan berbagai macam merch dan goodies lainnya. Biasanya untuk birthday project atau untuk event-event tertentu. Cup sleeve bagi penggemar melakukan registrasi terlebih dahulu pada penyelenggara atau komunitas dimana penggemar akan mendapatkan wajah idola mereka di lengan gelas yang mereka pesan. Biasanya tidak hanya menyediakan cupsleeve tapi mereka juga menyediakan freebies atau kenangan-kenangan yang bisa dijadikan koleksi secara gratis seperti *photocard*, *banner*, ataupun gantungan kunci.

“Tujuannku bikin event kayak gini dan bisa ngasih freebase tu seneng banget, aku ikut seneng kalau ngliait orang lain seneng. Kamu tau sendiri barang-barang KPop yang ori semuanya mahal. Mereka pasti pengen koleksi hal-hal manis kayak gini. Toh ini untungku sama sekali ga seberapa sama capeknya tapi euphoria ketika kumpul dan sharing-sharing masalah dan kayak saudara hanya karena rasa suka yang sama itu beda arti si buat aku” (Wawancara dengan Kak Fay 15 Juni 2021)

g) Diskusi

Diskusi dilakukan dengan diadakan pertemuan antar anggota yang sudah direncanakan sebelumnya. Banyak membuat penggemar yang mempunyai pendalaman isu bisa didiskusikan untuk mempertajam pikiran serta menjadi pelajaran bagi yang lain juga. Diskusi biasanya membahas mengenai isu global dan bersifat bebas seperti kesetaraan gender, mental healthy dan teori dalam music video idola. Diskusi adalah hal paling urgent saat mereka membahas permasalahan yang terjadi di sekitar. Diskusi dilakukan dengan dimulai dari topic umum berlanjut hingga permasalahan khusus seperti mengenai individu. Dalam diskusi membuka banyak kemungkinan menjadi seperti sharing pengalaman antar individu yang berkaitan dengan isu yang serupa dengan komunitas maupun sebaliknya. Diskusi biasa dilakukan di ruang public maupun di ranah social media. Siapapun berhak memberikan pendapatnya dengan tetap dipandu oleh panitia inti komunitas agar efektif.

“beberapa kali kita diskusi membahas ini itu sharing-sharing sesama penggemar terkait masalah pribadi sampai kayak yang karya idol kesukaan kita. Kita sudah seperti keluarga dimana kalau ada apa-apa saling mendukung support dan kayak ga ada batasan yang mana bisa dikatakan kita kenal juga hanya dari acara tapi dengan diskusi ini membantu banyak hal terutama support mental” (Wawancara dengan Kak Fay 15 Juni 2021)

5. Kopi Chusseyo Semarang

Kopi Chusseyo Semarang terletak di alamat Pas FM 106.0 Jalan Anggrek I, Nomor 2 Pekunden, Semarang Jawa Tengah. Dimana jam operasionalnya dimulai dari pukul 09.00 WIB-23.00 WIB. Kopi Chusseyo Semarang berdiri sejak tahun 2019 dimana outlet pertamanya berada di Gading Serpong. Kopi Chusseyo yang terletak di pusat kota mampu dengan mudah diakses siapapun. Pasalnya ia terletak dibelakang Mall besar Semarang Citraland.

Kopi Chusseyo merupakan outlet kopi dengan desain bernuansa Kpop. Di seluruh ruangan terdapat gambar, foto, poster dan juga pernik-pernik yang bernuansa Kpop Idol. Tema yang diusung ialah warna pink dimana tiap daerah bisa dikatakan merepresantasikan siapa fandom terbesar di kota tersebut. Kemasan minuman pada kopi chusseyo juga ditulis dengan tulisan Hangeul atau huruf korea. Minuman yang dijual juga tak jauh dari minuman yang bernuansa korea. Daftar menu makanan Kopi Chusseyo juga dengan istilah Korea seperti Kopi Oppa, Kopi Unnie, Banana Uyu dan lain sebagainya. Makanan yang tersedia juga merupakan jajanan khas Korea seperti tteokboki, dan ramen dan hotpot. Namun untuk menu makanannya tidak semua outlet lengkap menyediakan.

Kopi Chusseyo juga menyediakan LED TV yang digunakan para penggemar untuk memutar lagu Idola mereka dengan senang hati. Kopi Chusseyo menjadi tempat dan rumah bagi siapa saja dan dengan fandom apapun untuk merasakan vibes Korea tanpa mendapat olokan tertentu. Banyak Fandom menggunakan tempat tersebut untuk bertemu dengan kelompok mereka saat mereka melakukan project.

B. Fenomena Celebrity Worship Pada Penggemar Kpop Idol Kpop di Kota Semarang

1. Aspek Celebrity Worship Pada Penggemar Idol KPop

Pertama kali peneliti datang ke event cupsleeve yang diadakan di Kopi Chusseyo Semarang dimana project tersebut bertemakan comeback BTS dengan lagu yang dibawakan *life goes on* pada bulan November 2020 peneliti bertemu dengan beberapa penggemar BTS atau yang biasa disebut Army. Peneliti mewawancarai Army yang juga bergabung dengan Army Serendipity beberapa kali dalam eventnya. Peneliti melakukan wawancara dengan Silvia yang sudah menyukai KPop terhitung empat tahun lamanya, sedangkan Silvia baru menginjak angka empat tahun menyukai KPop. Peneliti berhasil mewawancarai Silvia dengan menemukan informasi sebagai berikut:

“Aku Silvia kelahiran 1997 aku suka Kpop sejak tahun 2017 BTS era DNA aku mulai tahu dari temen-temenku yang mulai dengerin lagu yang aku asing awalnya aku ga peduli trus keterusan sampe sekarang. Aku bukan tipe yang ngoleksi jujur aja soalnya kalau uang aku ga terlalu ada karena beli-beli barang yang ori mahal tapi aku support mereka pake segala condition yang menggunakan platform digital. Biasku V Kim Taehyung suka karena tampan dan berbakat. Gatau kenapa tambah usia malah makin kenceng streaming dan enjoy ntn yutub padahal harusnya dulu tapi ngrasa kayak kurang terus. Selalu aja ada yang harus di tonton karena mereka debut tahun 2013 sedangkan aku mulai kenal 2017 intensku semenjak 2019 era Boy With Luv. Sehari bisa sampek 5jam sehari yaaa tiga sampai lima jam. Kalau tiga lebih pokoknya. Aku gapapa kalau mereka pas main drama sama cewe tapi atiku sakit aneh ya (wawancara dengan Silvia pada 28 November 2020)”

“kegiatan sehari-hari mengikuti mereka di segala aktivitas dalam sosial media beberapa dari mereka menggunakan sosial media Ig walaupun sebenarnya mereka lebih aktif pada akun idol room seperti Weverse dan Buble aku mantau mereka terus. Bener-bener buka hp demi mereka. Siapa tau update karena kadang updatean mereka bikin

aku seneng.”(wawancara dengan Reny 17tahun di Kopi Chuseyo November 2020)

“Gimana aku ga cape dan makin sayang ga si kak kalo algoritma internet begitu terus. Apalagi Coppamagz selalu banyak ngebukak project terbaru Idol jadi kalo pas belajar sering banget bawaanya pengen buka hp mulu. Kalau sehari aku bisa delapan jam sehari Cuma buat liat mereka kan acaranya banyak. Dari yang run bts sampe Mv banyak pokoknya. Aku ga pernah cari tau hubungan mereka sama siapapun karena beneran ga siap kak apalagi kalau kena skandal” (wawancara dengan Lailatul(18th), 28 November 2020)

Dari penjelasan yang dipaparkan oleh Silvia, dan Reny

- a. Mereka setiap hari mencari tahu bagaimana keadaan dari sang idola setiap saat dengan memantaun social media yang mereka punya. Mereka mencari tahu aktivitas, lagu dan segala sesuatu yang berhubungan dengan sang idola. Mereka melakukan kegiatan penggemar seperti selayaknya aktivitas yang mereka jalani sehari hari. Kebutuhan untuk terus mengetahui seorang idola seperti bagian dari diri sendiri. Mereka mencari tahu untuk lebih sekedar mendapatkan informasi yakni untuk mendapat perasaan aman atau mendapat ketenangan tertentu setelah melakukan aktivitas pengidolaan dengan memantau sang idol.
- b. Penggemar turut merasakan perasaan yang dialami sang idola jika idolanya mengalami goncangan karir. Mereka tidak merelakan jika sang idola mendapatkan permasalahan yang membuat karir idola jatuh. Perasaan tersebut ialah perasaan empati dari penggemar.

Faktor yang membuat tertarik dengan idola bisa dilihat pada wawancara berikut.

“ Iya aku suka Jimin, soalnya paling kalem paling soft, lembut manis gitu. Belum rela si kalau mereka

udah punya kekasih di belakang kita dan kita ga tau. Kayak rasanya ayolah jangan dulu. Belum bisa liat kak kalau mereka di ship sama anggota girlgrup lain. Iyasi mereka ganteng gausa ditanya. Kadang kalau orang nanya ke gini aku males jawab karena mereka gatau apa yang sebenarnya kita rasain pas kita lihat idol kpop tuh gimana rasanya.’ (wawancara dengan Dea, 18 tahun wawancara di Kopi Chusseyo pada 15 Juni 2021)

‘aku semenjak kenal mereka aku ga pernah pacaran kak, menurutku itu keuntungan ku si. Memang keliatan aneh dank awkward tapi aku dan temen-temanku yang suka Kpop karena udah punya suami Korea kayak secara ga langsung ikut ngubah standar penilaian kita terhadap laki-laki. Aneh si tapi yang aku rasain gitu. Banyak si kadang orang ngatain ya maaf-maaf aja kalian tu ga seganteng sama oppa kita’ (wawancara dengan Mella 17th di Kopi Chusseyo Semarang pada 9 April 2021)

“iya kalo aku buka hape si kak pasti muncul mereka nah abis itu aku puter video kadang lagu tapi jarang si aku lebih sering buka MV kalau ga nontonin parodi yang apa moment gitu, kalau jam aku bisa empat sampai lima jam sehari tergantung sibuk nugas apa engga tapi gabisa gt kalau ga buka kayak ada yang kurang. Kalau ada rumor dating sama siapapun aku ga siap si walaupun iya mereka manusia normal tapi aku ga siap. Kemarin Jaehyun main drama untung gajadi tayang aku udah nangis pas katanya ada *kissing scene* ” (Wawancara dengan Oktavia 17 tahun di Kopi Chusseyo 28 November 2020)

“Aku suka sikap mereka si kayak mereka bisa profesional kalau ada masalah di panggung, mereka trainee dan debut karena kerja keras mereka. Itu sangat menginspirasi untuk aku pribadi.’ (wawancara dengan Rine 18tahun fi Kopi Chisseyo Semarang pada 09 April 2021)

Wawancara pada Dea, Mella, Oktavia, dan Rine bahwa factor yang membuat mereka tertarik dengan idol mereka ialah:

1. Karena bakat yang mereka tonjolkan diatas panggung membuat mereka tertarik untuk mencaritahu berbagai macam informasi yang bisa mereka kumpulkan untuk meendapatkan hasil pengetahuan tentang idola. Bakat yang ditunjukkan dalam atraksi panggung selalu berhasil mencuri perhatian mereka karena selalu disuguhkan dengan sesuatu yang baru setiap penampilan.
2. Mereka mencari tahu dengan lebih intens mengenai siapa diri mereka. Mereka mempunyai keinginan tahu yang besar tentang sang idola yang mereka sukai. Berbagai macam informasi mereka kumpulkan seperti informasi pribadi yang terungkap sedikit demi sedikit dari settingan acara hiburan Korea. Informasi tersebut mereka cerna sendiri melalui tayangan video yang mereka saksikan. Penggambaran sifat idola tidak nampak pada artikel yang biasa dibaca. Penggemar KPOP Idol selalu merasa jika ia mengikuti berbagai acara maka ia semakin mengenal sang idola.
3. Penggemar mulai mempunyai minat pribadi yang tulus dari dalam dimana bukan lagi bakat atau pertunjukkan yang mereka tampilkan namun mengenai apa yang mereka lakukan sebagai manusia. Mereka melihat sosok-sosok ideal yang bisa mereka bayangkan ialah idol mereka sesuai dengan kepribadian mereka. Kesesuaian ini bisa jadi pelengkap dalam dirinya namun juga justru dapat menjadi pasangan yang mereka butuhkan.

2. Dampak Celebrity Worship Pada Penggemar Idol KPop

Dampak *celebrity worship* pada penggemar mempunyai beberapa gejala yang dimana berbeda pada setiap penggemar Lintang, Dea, Lailatul dan Rine. Dimana peneliti menemukan beberapa hal yang diungkapkan sebagai berikut:

“iya kak tiap hari buka youtube nonton mereka dari satu Mv ke Mv yang lain emang lagunya enak orangnya ganteng juga jadi enak kan kalo diliat heheh trus juga tiap nonton konten mereka ada juga yang terbaru yang *caffe dream* itu lucu banget gatau parah banget mereka’ (Wawancara dengan Dafina, 18tahun di Kopi Chusseyo pada 09 April 2021)”

‘iya biasanya kita kan rebutan suami gitu apalagi banyak konten di Youtube yang shipper sama Rose atau anak-anak blackpink gatau aku litany gasuka aja. Kayak apaan banget padahal Cuma lirik doing. Patah hati si kalau mereka kena skandal dating sama artis gatau bisa sampe gadoyan makan, saking kepikirannya kak, pernah berhari-hari aku ga buka internet saking gakuat atiku si rame-ramenya Chaenyol EXO kena skandal. Aku mulfand tapi ketika biasku kena masalah apalagi masalah cwe paling gabisa dimaafin. Untung si anak BTS belum main drama kecuali Taehyung tapi Tae ga sampe aneh-aneh kalo engga aku dah ga ngerti apa lagi. (Wawancara dengan Lailatul (18th) pada 14 Juni 2021 di EatBoss Semarang)

“aku gabisa kak nonton yang aku sukai main drama ama cewe korea akrtis lain ga siap banget gitu. Kalo mereka dah main drama selalu ada adegan ciuman yang ga mungkin kelewatan di episode tersebut. Sesakit itu hlo padahal mereka cari uang ya kudu gitu tapi bener-bener se engga trima itu. Aku ngrasa si aku jahat masa aku kalo ada idol kesukaanku aku dah tanemin di kepala aku siapapun cewenya yang main sama oppaku aku bakal benci dan beneran dibawa benci sekarang ‘ (Wawancara dengan Rine (18th) pada 9 April 2021 di Kopi Chusseyo Semarang)”

“iya kan kalau abis nonton satu kan ada rekomendasi tayangan selanjutnya gasi. Nah itu beneran gabisa ke skip gitu akunya yang gabisa skip. Godaan banget kalau nonton mereka tuh. Tapi kalau ga ditonton kitanya yang sedih. Kalau ada masalah apapun aku pribadi nyari lagu mereka kalau gabisa bner-sampe yang bener-bener putek baru kubuat

sholat' (wawancara dengan Hime 21 tahun pada 4 April 2021 di Kopi Chusseyo Semarang)"

"Iya kak kalau nonton hampir tiap hari kalau ga nonton atau belum rasanya ada yang kurang. Bentuknya macem yaa bisa aja variety shownya atau MVnya ga pernah kehabisan konten. Ada juga yang daily life mereka si"(wawancara dengan Lintang(22th) pada 28 November 2020 di Kopi Chusseyo)

"iya kalau Mv tiap hari buat semangat, tapi sayangnya ya itu keterusan kadang jadi ditegur sama kakak, sama mama juga kalau udah pegang hp" (wawancara dengan Dea 18th pada 15 Juni 2021)

"wajib si kayak minimal tiga Mv perhari sebelum memulai hari"(wawancara dengan Silvia (24th) pada 28 November 2021)

" iya aku tapi masih skala kecil ya ini event yang cupsleeve selalu si aku ga pernah ketinggalan kecuali kalau keabisan. Soalnya murah menurutku, karna beli album belum mampu jadi beli ini dulu gapapa buat happy' (Silvia 24th wawancara di Kopi Chusseyo Pada 28 November 2020)

"iya aku beli beberapa album yang aku suka dan pas ada duitnya, sebenarnya nabung ditahan juga ada biar murah di ongkir sekalian kalo murah rasanya tu pas di aku' (Lintang, wawancara pada 28 November 2020 di Kopi Chusseyo)

"aku si seering gitu makanya kalau denger lagunya BTS jadi healing tapi berat buat nglakuin ssesuatu anehnya di fase tertentu lagu yang biasanya membuat aku bangun menjadi kayak hampa dan mengganggu perasaanku (Wawancara dengan Silvia) hal yang sama diungkapkan juga oleh Lailatul

"pas aku berantem ama keluarga aku ga ngerti kudu ama siapa memperbaikinya ketika aku sering kembali ke periode berat aku langsung ke kamar ngunci pintu nonton orang ganteng biar semangat lagi' (Lailatul di wawancarai pada 28 November 2020)

Dampak *celebrity worship* yang dapat peneliti paparkan bahwa penggemar mempunyai kecenderungan dengan memberikan waktunya pada tingkatan sedang dan intens dampak yang ditimbulkan *celebrity worship*

- 1) Mereka mulai mengenai idola yang dihubungkan dengan dirinya. Disoasi terjadi pada tingkatan *celebrity worship* yang sedang

hingga puncak. Tingkatan terendah cenderung tidak sampai berfantasi. Namun pada hasil wawancara menunjukkan dimana penggemar mereka mempunyai fantasi bahwa mereka mempunyai kepemilikan atas idolanya.

- 2) Penggemar mempunyai kecenderungan mengulangi apa yang sudah mereka saksikan karena rasa suka yang mereka miliki terhadap idola. Mereka membutuhkan tayangan ulang untuk meyakinkan apa yang mereka lihat di satu klip tertentu. Klip yang selanjutnya walaupun sekilas Nampak sama saja bagi orang awam namun bagi penggemar mereka mempunyai momen monumental yang harus dilihat dengan jeli.
- 3) Penggemar membeli barang-barang yang berkaitan dengan idola yang mereka sukai. Berbagai barang mereka miliki untuk dijadikan koleksi dari barang yang bersifat official maupun unofficial. Kepemilikan barang menjadi bukti bahwa ia adalah penggemar yang mengikuti dan mendukung secara lebih utuh dan menjadi pelengkap aktivitas pengidolaan.
- 4) Penggemar menjadikan pengidolaan terhadap idola sebagai upaya penanganan permasalahan pada dirinya. penggemar cenderung menjadikan hiburan idola untuk diupayakan mengubah suasana hati yang mereka rasakan terhadap suatu permasalahan. Ketika penggemar sedih ia mengupayakan dengan menghibur diri dengan menyaksikan idol kesayangannya.

C. Analisis Bimbingan dan Konseling Islam

1. Analisis Tujuan Bimbingan dan Konseling Islam

Analisis bimbingan dan konseling Islam dalam komunitas penggemar Kpop bertujuan pengembalian fitrah manusia agar segala potensi yang dimiliki dapat dipergunakan demi keberlangsungan hidup secara sadar dan penuh untuk dunia dan beriringan dengan ridho Allah

untuk akherat. Analisis yang terfokus ialah sesuai dengan tujuan dan fungsi bimbingan dan konseling Islam.

“kami tau beberapa dari rekan kita yang gabung sama komunitas adalah orang-orang yang tidak atau kurang diterima di lingkungan sekitar. Pasalnya beberapa kali kita pernah diskusi dimana mereka kesepian dan mencari lingkungan yang sesuai dengan minat mereka. Sebenarnya mereka anak yang baik cuma lagi buntu aja jalannya”(Kak Nab Wawancara pada 14 Juni 2021)

Hal serupa juga disampaikan dengan Kak Rika anggota inti dari Army Serendipity Semarang.

“beberapa anak disini kadang kelihatan sebenarnya mereka kesepian dan mencoba bergabung untuk diterima di suatu adah yang baru dengan bermodalkan kesamaan music dan musisinya, karena ada yang menunjukkan respon pas kita sedang mendengarkan lagu BTS yang memang diciptakan untuk healing. Kita emang ga sesempurna itu untuk ngebanu orang lain yang kita ga akan ungkap permasalahannya Cuma dengan ini diharap mereka tahu kalau yang gabung disini diterima dalam bentuk dan kesamaan minat dan engga ngrasa sendiri”(wawancara dengan Kak Rika tim inti army serendipity Semarang pada 19 Desember 2021 di Kopi Lain Hati Singosari).

“kami ga disini banyak orang bahkan dari berbagai macam agama tapi kita walaupun sebelum pandemic ingetin peserta pas kita nobar atau acara bawa perlengkapan ibadah masing-masing. Kak Nab komit ke kita kalo itu perlu kita ingetin karena kebanyakan kalau ngumpul sholatnya ikut temen pumpung kita panitia dan lagi rame gada salahnya gunain privilege ini walaupun kebanyakan acara kita nyoba buat having fun dengan semua anak terlebih lagi kita kan fan BTS jujur BTS tu beda dengan grup-grup lain tanpa bermaksud menjelekkkan atau mengundang war dengan fandom lain fandom kami kayak lebih ada orang-orang yang bermasalah maka mereka mendengarkan lagu BTS. Kalau mau sholat jamaah juga susah karena ruangan yang ga memenuhi

trus gada yang berani imamin juga kita perempuan semua kan kalau kumpul ” (Wawancara dengan Kak Ika pada 19 Desember 2021)

“kita semua mungkin secara jumlah berbeda dengan beberapa boygroup kayak BTS yang banyak walaupun sedikit atau tidak sebanyak mereka anak-anak kita yang kumpul bisa dibilang selalu mereka yang menjadi orang yang ada disini. Walau selalu ada saja orang baru yang dating tapi orang lama selalu ada di setiap acara. Karena lamanya kenal dan bersama kami semua seperti tidak ada jarak dan sangat terbuka seperti selayaknya keluarga. Kami bahkan saling mendukung satu sama lain untuk rumah ketika mereka masing-masing kita ada masalah kita saling tahu dan saling berbagi untuk mencoba memikirkan jalan tengahnya” (Wawancara dengan Kak Fay 15 Juni 2021)

Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh beberapa orang yang menjadi pengurus SEMY atau Army Serendipity tujuan dari adanya komunitas memang untuk mengumpulkan orang dengan kesamaan selera music atas nama fandom yang sama. Beberapa temuan di lapangan menunjukkan sisi lain dari personal yang mengikuti setiap kegiatan dimana fandom yang mereka sukai adalah fandom yang jelas lagu-lagunya lebih banyak memberikan makna nilai kehidupan.

Ikonic Semarang juga membuka ruang dimana berkumpul dengan kesamaan music yang sama namun mereka juga menjadikan anggota yang ada dalam komunitas tersebut menjadi tempat yang layak dijadikan support ketika terjadi masalah dan konflik di dalam person yang berada disana.

Pekikan ibadah tidak sebesar majelis atau komunitas yang lebih besar karena dengan keberanekaragaman pemeluk agama. Panitia inti dari komunitas hanya mengingatkan yang mana pelaksanaannya kembali pada kesadaran masing-masing selain telah memberikan tempat khusus untuk beribadah . Menurut hasil wawancara panitia mencoba tidak terlalu jauh

untuk memasuki dimensi spiritual dalam diri penggemar. Mereka berupaya memberikan sentuhan dalam agama dengan durasi yang tidak banyak.

“Iya kak kita kalau pas konser kan sering sih itu masuk waktu sholat biasanya di ashar sama jatuh maghrib kita kecilin volumenya emang tapi langsung kita ingetin bagi yang mau beribadah silahkan sudah memasuki waktu untuk sholat karena juga agak tanggung jawab kita sih kan kalau konser kenceng banget histeris jadi pas kita memasuki jam-jam adzan kita langsung ingetin” (Wawancara dengan Kak Nab pada 14 Juni 2021)

Pemberitahuan memasuki waktu sholat dilakukan oleh panitia yang mengadakan acara. Mereka merasa mempunyai tanggung jawab untuk memberitahukan pada penggemar yang telah ramai dalam alunan konser. Panitia tidak bersifat memberikan fasilitas seperti sholat bersama dan sebagainya. Memberikan informasi dilakukan beberapa kali dilakukan dalam sesi seperti dua sampai tiga kali.

2. Analisis Fungsi Bimbingan dan Konseling Islam

Menurut Tohari Musnamar beliau menjelaskan fungsi konseling Islam terdiri dari beberapa fungsi :

- a) Fungsi preventif atau pencegahan, yakni mencegah timbulnya masalah pada individu,

“saat sesi diskusi ketua panitia mengingatkan berbagai macam isu yang berada di sekitar. Pesan disampaikan dalam grup sosmed maupun pertemuan terbuka. Kerap kali yang diingatkan adalah kesehatan mental dimana kita harus mengerti siapa diri kita karena BTS terutama menggaungkan kesehatan mental dalam lagunya yang selanjutnya direpresentasikan dan di arahkan agar semuanya lebih peduli dengan dirinya. Diskusi kerap kali juga menyampaikan pesan agar tidak terjadi fanwar atau slek apabila ada teman yang multifandom dan mencoba lebih toleransi juga menyampaikan kampanye internet sehat. (Kak Nabia)

- b) Fungsi kuratif atau korektif, ialah memecahkan atau menanggulangi masalah yang sedang dihadapi individu,

“pada saat pertemuan beberapa hal kerap kali diingatkan mereka membahas dan mengevaluasi kinerja komunitas sendiri, apakah bisa bertumbuh lagi gerakan atau tindakan-tindakan aktivitas untuk kebaikan bersama. Lagi-lagi diskusi biasanya digaungkan untuk mencoba menelaah diri sendiri dilakukan secara massal karena Army dan BTS adalah suatu kekuatan bersama yang diharapkan dengan menjadi army tidak hanya menaruh perhatian pada BTS tapi pada diri dan lingkungan” (Kak Nabia)

- c) Fungsi presertative, membantu individu agar situasi dan kondisi yang semula baik (terpecahkan) dan kebaikan itu bertahan lama,

“diskusi yang kerap kali dalam platform online dan saling sharing pengalaman mengenai suatu hal yang dapat dibantu bersama. Army benar-benar menunjukkan taringnya dimana kekuatan besarnya dapat digunakan saling mengasahi dengan pesan yang disampaikan oleh sang Idol kita diskusi kalau ada masalahna siapa pun dan bagaimanapun dibalas jadi grup tu tidak hanya acara saja. Mereka bahkan berdonasi dengan beberapa harapan untuk dirinya sendiri dan orang lain” (Kak Nabia)

- d) Fungsi *developmental* atau pengembangan, membantu individu memelihara dan mengembangkan situasi dan kondisi yang lebih baik, yang awalnya kurang menjadi baik, dan yang sudah mengalami peningkatan sehingga tidak menjadikan sebab muncul masalah bagi dirinya sendiri (Musnamar, 1992: 4).

“paling banyak dilakukan sih ini ya terkait compulsive buying dan screen time saat membucin idola. Kami inget semua karena dalam masa remaja dan didominasi oleh mereka yang di usia remaja keuangan belum stabil tak henti-hentinya berbijak membelanjakan waktu dan uang benar masa muda itu tidak terulang lagi tapi kami selalu mengingatkan kewajiban baru bucin dipersilahkan kita paling kenceng domasi si jujur setiap event apapun selalu disisakan untuk donasi walaupun

ada acara khusus yang real donasi untuk galang dana” (Kak Nabia)

BAB IV
ANALISIS FENOMENA CELEBRITY WORSHIP PADA PENGGEMAR
KPOP IDOL DI KOTA SEMARANG (ANALISIS BIMBINGAN DAN
KONSELING ISLAM)

A. Analisis Celebrity Worship Pada Penggemar Idol KPop Di Kota Semarang

A. Aspek Celebrity Worship

Menurut (John Maltby et al, 2004: 414) *Celebrity worship* dipengaruhi oleh kebiasaan individu yang melakukan aktivitas mendengar, melihat, membaca, dan menelusuri kepribadian hingga kehidupan serta segala macam kisah yang mengungkap identitas dan kegiatan yang dilakukan sehari-hari artis idola melebihi batas normal sehingga menimbulkan sikap empati, identifikasi, obsesi dan asosiasi yang menimbulkan konformitas pada sang artis idola. Fenomena tersebut semakin marak akhir akhir ini karena tidak terbandungnya arus informasi pada jejaring dunia maya yang mudah diakses siapa saja dan kapan saja. *Celebrity worship* mempunyai tingkatan dimulai dengan menggunakan idola sebagai hiburan semata, hanya untuk melepas stress akibat bekerja keras dan membutuhkan hiburan untuk mencapai suasana baru. Fakta dilapangan dengan komunitas yang berada di kota Semarang Army Serendipity menunjukkan bahwa penggemar lebih banyak di tahap kedua yang mulai pada tahapan intensitas dengan perasaan.

Pengidolaan yang sudah mencapai tahap perasaan dicirikan dengan perilaku sangat memperdulikan apa dan bagaimana idola diperlakukan dan mencari tahu secara kontinu kegiatan apa saja yang dilakukan dengan mengikuti social media dan membuka setiap saat untuk menantikan sedang di fase apa idolnya kini. Mereka selalu mencari tahu bagaimana kondisi, kegiatann yang bisa disebut jadwal sheri-hari seperti dalam kehidupan kita. Jika pada artis dalam negeri

baik Barat penggemar tidak sampai pada ilusi mengejar dan mengidentifikasi idola seperti pasangannya sendiri. Mereka mencari tahu dan setelah tahu mereka terus mencari bukti demi bukti untuk menguatkan identifikasi mengenai sang idola.

Permulaan pada tahapan ini sesuai dengan factor yang dicetuskan oleh (Stever, 2013:8) yang dimulai dengan *task attraction* tertarik dengan idol akibatkan bakat yang mereka miliki yang disuguhkan diatas panggung dengan bantuan pengelolaan manajemen artis yang baik sehingga sang idola nampak sangat sempurna dimata penggemar. bukan menjadi rahasia jika idola Korea memang dibentuk dan dibuat sedemikian rupa menjadi produknya yakni manusianya. Dengan menjual pesona karisma dari individu dengan tampilan fisik yang rupawan dipadupadankan dengan berbagai macam pakaian yang nampak sangat mewah membuat mereka sangat me mempesona. Keterangan beberapa Army mereka memang tertarik dengan pertunjukan bakat dari menyanyi, dance, hingga berbagai macam kelebihan lain mendambakan sosok sempurna.

Pertunjukkan panggung dengan berbagai atraksi yang sulit dilakukan oleh orang pada umumnya membuat idol menjadi mencolok di kalangan penggemarnya. Idola dtuntut sempurna sehingga setiap idol Korea sangat kompetitif dalam menunjukkan kebolehannya masing-masing. Penggemar yang dimulai dari usia remaja dimana ia sedang memenuhi pengetahuan akan sosok idealnya tentu banyak terpikat dan terpukau oleh segala yang dilakukan idolanya. Penggemar idol di Semarang yang diwawancarai oleh peneliti juga menunjukkan hal yang sama. Mereka sangat tertarik dan antusias karena bakat walau yang pertamna adalah wajahnya.

Searah dengan Stever setelah penggemar tertarik mereka melakukan penelusuran secara terus menerus. Banyak informasi yang tersedia di platform digital dari berbagai bentuk yang sangat masif digunakan industri Korea senagai tanda mereka benar-benar menjual

produk minat kepada setiap negara. Dimulai dari video, audio, gambar, bahkan paper dan produk mereka pasarkan. Internet adalah hal paling murah yang dapat digunakan oleh penggemar saat ini. Akses internet yang digunakan sangat beragam dimana tempat terlengkap ialah *youtube*. Untuk penggemar idol Korea banyak kompetisi yang dilakukan dengan mengandalkan internet untuk meraih trophy. Banyak dari penggemar KPop di Kota Semarangpun melakukannya. Dukungan dilakukan dengan menghabiskan waktu berlama-lama di internet agar sang idola mendapat banyak kemenangan. Selain itu agensi Koreapun melakukan semacam sayembara jika penonton melampaui jumlah target maka mereka akan melakukannya lagi karena tau minat penggemar. Penggemar idol KPop Semarang pun melakukan vote stream dan berbagai macam penggunaan sosial media demi mendapatkan “asupan” dari idol kesayangannya. Penggemar setelah melewati fase tersebut merasa menemukan wujud manusia ideal yang mereka cita-citakan sehingga timbul perasaan *romantic attraction* pada idola.

Faktor terjadinya pengidolaan sesuai dengan yang dicanangkan (L. E. McCutcheon et al., 2002: 79) bahwa usia 11-17 tahun merupakan masa peralihan dari anak menjadi dewasa yang menurut psikolog perkembangan J.P Chaplin 1979 individu mengalami perubahan untuk mencapai kematangan perilaku. Kematangan perilaku disebabkan oleh berbagai macam faktor karena pertumbuhan tidak dapat dinilai dan tidak akan berhasil dengan hanya menggunakan satu aspek.

Penggemar KPop yang notabennya lebih banyak didominasi oleh remaja mempunyai gambaran ideal dengan calon pasangannya. Dapat dengan mudah diidentifikasi kalau penggemar KPop pada remaja lebih jauh dari kenakalan remaja namun mereka lebih banyak mengurung diri di kamar dengan kesenangannya sendiri. Penggemar KPop Idol melakukan intensitas pemujaan karena mereka sedang

dalam tahap membentuk karakter untuk dirinya yang mencoba mengupayakan sebagai bagian ideal dari idolnya sendiri.

Remaja penggemar idol Kpop Semarang mencari contoh yang baik agar dapat meniru apa yang mereka sukai dari seorang. Pengendalian diri yang belum matang mampu mengubah ketertarikan ketauladanan menjadi ketertarikan pribadi akibat hormon yang memicu rasa akan butuh kasih sayang. Ingin dimengerti dan perhatian. Hal ini tentu menjadi boomerang dimana pengawasan berbagai pihak untuk pembentukan karakter dan referensi tindakan. Aspek yang diserang pertama yang sulit dibendung tentu pola pikir dari remaja.

B. Dampak Celebrity Worship

Idol Kpop sendiri menurut (Fisher, Max, 2012) Idol Kpop adalah sekumpulan orang yang dipersiapkan dengan cermat dengan lagu yang dibuat sedemikian rupa dan diatur dengan formula yang cermat dan semua aspek yang digunakan dalam skala besar. Menurut John Seabrok dimana idol KPop menjadi 'teknologi budaya' di sebuah system pabrik dimana segala sesuatu mulai dari kebangsaan, composer hingga warna bayangan mata, gerakan tangan, ditentukan sebelumnya oleh formula berprotokol. Tak heran jika hegemoni penggemar yang didominasi oleh remaja dan dewasa awal menjadi market karena antusias yang tinggi.

Penggemar Kpop idol di kota Semarang melakukan semua kegiatan penggemar yang Menurut (McCuden, 2011: 14) penggemar harus melakukan lebih dari sekedar mengasumsikan objek atau teks budaya, mereka membutuhkan gelar aktivitas agar orang tersebut dapat disebut penggemar kegiatan yang membuat makna yang dilakukan oleh Army Serendipity.

Penggemar terlibat aktif dalam membuat makna dan menginterpretasi bentuk-bentuk ungkapan idola pada media yang kemudian dikumpulkan dan menggabungkannya dimana setelah

terakumulasi mereka mencari dan memilah yang sesuai dengan dirinya sendiri atau keadaan yang dialaminya saat itu. Menurut Fiske dalam McCudden aktivitas ini merupakan “produktivitas semiotic” untuk pemaknaan sosialnya. Berbagi makna (*meaning sharing*)

Penggemar dapat menggerakkan hasil pikirannya sendiri yang kemudian dibagikan kepada orang lain atau dalam kelompok penggemar yang sama sehingga menghasilkan pikiran besar. Hal ini merupakan mengambil tindakan makna dari internal pada eksternal dunia luar. berburu (*poaching*). Penggemar memburu teks, rekaman, informasi, barang yang berkaitan dengan idola atau apapun untuk kepemilikan dirinya sendiri. Sesuai dengan Army Serendipity Semarang Mengumpulkan (*collecting*) barang-barang untuk koleksi adalah praktik mengumpulkan barang-barang tertentu yang terkait ke objek fandom seseorang. Mengumpulkan adalah kunci dari akumulasi modal budaya dan ekonomi bersinggungan. Army Serendipity mengikuti berbagai event untuk mengumpulkan freebies yang diberikan sebagai koleksi. Membangun pengetahuan berharga dari informasi yang dapat dimiliki seorang penggemar. Untuk dilakukan diskusi public yang membuka seluruh kemungkinan untuk pemecahan masalah atau sebagai bentuk tanggapan terkait isu yang sedang diganangkan dan didiskusikan oleh komunitas Army Serendipity mereka melakukan bentuk wujud dukungan yang penggemar berikan pada idola. Karena telah memberikan value dan contoh yang baik bagi mereka sehingga harga yang diberikan pantas untuk ditukarkan menurut perspektif penggemar.

Menurut (Randy A Sansone, 2014: 40-41) pada tingkatan sedang dan intens dampak yang ditimbulkan *celebrity worship* antara *Dissociation* yakni kecenderungan berfantasi mengenai idola yang dihubungkan dengan dirinya. Disosiasi terjadi pada tingkatan *celebrity worship* yang sedang hingga puncak. Tingkatan

terendah cenderung tidak sampai berfantasi. Penggemar idol Kpop remaja di Semarang mempunyai fantasi mengenai sang idol adalah pasangan dan suaminya. Mereka akan marah dan merasa terserang jika suaminya disukai oleh orang lain juga. Kata “suami” mempunyai makna kepemilikan pribadi sehingga terlalu berlebihan jika remaja mimikirkan suami khayalannya yang bahkan tidak mengenal mereka. Mereka penggemar menyadari apa yang mereka lakukan namun tetap saja mereka bahagia dengan apa yang mereka lakukan tersebut.

Suami mereka justru mendapat nafkah dari mereka berupa duungan pembelian barang-barang yang justru membuat suami khayalan atau idol itu semakin kaya. Penggemar rela bahkan mengikuti ciri-ciri yang disebutkan di berbagai media dalam wawancara idol Korea sebagai tipe ideal. Tak segan-segan penggemar Kpop Semarangpun turut andil dalam hal tersebut. Mereka mengakui bahwa mereka adalah istri bias idolnya.

Tendencies Toward Addiction yakni kecenderungan untuk menjadi kecanduan yakni mengulang aktivitas yang sama secara terus-menerus dalam hal ini meyakinkan, melakukan kegiatan fans. Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwasannya penggemar yang melakukan aktivitas fangirls secara terus-menerus di layar internet ialah melakukan pelarian pada masalah kehidupan yang dihadapi. Beberapa penggemar tidak sesuai dengan ciri dari aspek manusia yang mempunyai mental yang sehat. Hal ini juga dilakukan oleh penggemar idol KPop di Kota Semarang. Mereka terus-menerus melakukan aktivitas fangirls didepan layar laptop ataupun gadget yang dimiliki. Berbagai video tak akan pernah selesai jika digunakan logika pasalnya agensi Korea terus menerus melakukan shooting yang dimana hal tersebut merupakan pundi-pundi hasil kekayaannya. Penggemar tidak menyadari kerugian waktu yang mereka berikan mengingat remaja

belum mempunyai kekuatan yang penuh dalam emosi mereka mendambakan rasa senang dan senang ketika menikmati sang idola. Ciri manusia yang mempunyai mental sehat salah satunya mampu menyelesaikan permasalahan yang terjadi pada dirinya yang normal pada setiap orang. Melakukan atktivitas yang sama berulang-ulang membuat kebiasaan tersendiri pada seseorang. Apabila kesehatan mental penggemar tidak terganggu mereka tidak terus-menerus melakukan fangirls di layar internet berjam-jam. Aktivitas yang sama dengan orang yang sama jika ditelaah dengan rasional penggemar seharusnya mereka menyelesaikan permasalahan yang dihadapi dengan berani ikhlas dan dengan kepasrahan pada Allah SWT sebagai penguat dimensi mental tertinggi manusia.

Selanjutnya *Compulsive Buying* yakni pembelian produk secara besar untuk memenuhi kepuasannya yang tak tertahankan tidak bisa dicegah untuk melakukan sebuah perbuatan dan bertentangan dengan kemauan sadar saat melakukannya. Apabila mendapat segala hal yang berkaitan dengan idolanya mempunyai kepuasan tersendiri. Pembelian merch dan berbagai macam atribut dilakukan oleh penggemar seperti yang dilakukan pada penggemar idol KPop di Semarang. Mereka membeli dari album asli *photocard* official sampai *unofficial* yang terjual bebas di mana saja. Event *cupsleeve* yang diperdagangkan juga selalu memikat banyak pemburu. Jika dilogika hanya sekedar kertas bergambar yang ditempelkan di dalam cup minum namun hanya dengan wajah sang idola penggemar merasa terpanggil untuk memilikinya. Penggemar KPop Semarang bahkan rela menabung demi membeli “printilan” idolnya tersebut.

Terdapat pula penggemar yang mengalami *Depression and Anxiety* yakni kesehatan mental yang buruk akibat adiksi dengan dibarengi tingkat kecemasan, depresi, gejala somatic dan disfungsi

social dengan tingkat kepuasan hidup yang rendah dan suasana hati yang kurang positif. Mereka terjebak dalam situasi yang rumit dari lingkungan terdekat seperti teman dan keluarganya. Penggemar merasa bingung dan tidak tahu maka melakukan pelarian rasa sakitnya dengan menonton dan mengikuti rutinitas idolanya yang mereka sukai. Perilaku yang dilakukan memudahkan rasa sakit yang ada namun hanya sementara, mereka harus melakukan lagi dan lagi untuk menghilangkan sakitnya yang dimana kembali berputar menjadikan adiksi tiada henti. Setelah seperti ini, mereka akan merasa aman jika sendiri dan menjauh dari lingkungan yang membuat dirinya merasa tidak aman. Tentu hal seperti ini perlu dipahami oleh orangtua terutama. Karena manusia juga mempunyai kebutuhan untuk bersosialisasi sebagai bagian pemenuhan diri manusia.

B. Analisis Bimbingan dan Konseling

A. Analisis Tujuan Bimbingan dan Konseling Islam

Bimbingan dan konseling Islam berpaku pada tujuan pengembalian fitrah manusia agar dalam bertindak menggunakan akal pikiran yang sehat untuk mendapat keberhasilan di dunia namun tetap memperhatikan tujuan akherat. Analisis yang didapat yang merujuk pada tujuan bimbingan dan konseling adalah pada kegiatan diskusi dan charity. Kegiatan diskusi yang dilaksanakan kedua fandom membuat pola pikirnya berkembang dimana menambah diskursus baru, bahwasannya mereka perlu sadar dan mengerti situasi dan kondisi saat ini. Pasca corona tak dipungkiri kenaikan penggunaan internet yang intens dapat membuat peluang apapun termasuk melakukan fangirls. Munandir menyatakan tujuan konseling Islami adalah membantu seseorang untuk mengambil keputusan dan membantunya menyusun rencana untuk melaksanakan apa yang telah direncanakan.

Keputusan tersebut mampu membuat bertindak sesuai dengan ajaran agama islam (Munandir, 1997: 101-102)

Saat kegiatan diskusi dilakukan oleh beberapa orang yang terdapat dalam Army Serendipity dan Ikonik Semarang menceritakan kisahnya yang tidak mempunyai tujuan hidup diakibatkan banyak permasalahan di hidupnya dimana penanganan krisis yang kurang efektif mereka justru melakukan pelarian yang memunculkan endorphin untuk kesenangan demi terhindarinya rasa sakit yang dirasakan terutama pada mental.

Beberapa pengurus inti komunitas juga menjelaskan yang menunjukkan indikasi permasalahan sosial maupun mentalitas. Komunitas Army Serendipity SEMY menjukan kepeduliannya dengan memberikan ruang untuk diskusi dengan rekan-rekan yang bisa dibilang berawal dari asing namun mereka dapat bertukar pikiran dan saling menguatkan. Kegiatan diskusi yang menjadikan beberapa penggemar justru mawas diri karena peristiwa yang dialami berbeda dan mungkin lebih berat dengan lainnya. Di SEMY menunjukan bahwa penggemar tidak hanya sekedar sekelompok orang yang menyukai hal yang sama namun menjadi bagian keluarga.

Beberapa penggemar terlihat mereka kesepian dan mencoba bergabung untuk diterima di suatu wadah yang baru dengan bermodalkan kesamaan music dan musisinya, karena beberapa menunjukan respon saat memutar lagu BTS yang memang diciptakan untuk healing. Untuk membantu menangani penyelesaian kasus seseorang butuh proses yang panjang karena berkaitan dengan mindset dan kebiasaan dalam berperilaku namun dengan bergabungnya dengan komunitas membantu mengurangi beban mental yang apabila mengurung dan menghindari pergaulan dengan orang baru justru menambah beban dalam dirinya. Rekan-rekan sesama Armynya mengikuti acara yang sama dengan dirinya sehingga mudah bertemu dengan topik pembahasan yang sama-sama di mengerti.

Kegiatan Charity atau amal yang dilakukan juga memupuk dan menumbuhkan rasa kepedulian diri pada lingkungan sekelilingnya. Dengan melakukan kegiatan untuk peristiwa orang lain juga bagian dari membantu sesama. Donasi yang dilakukan oleh Ikonik Semarang merupakan wujud dari rasa syukur atas keberkahan yang dimiliki dari mereka individu yang tergabung dengan kelompok dimana kelompok tersebut mempunyai rasa yang sama dengan berbagai faktor. Charity dilakukan dengan pengkoordinasian anggota yang mempunyai antusiasme lebih pada isu dan kepedulian sosial yang tinggi.

Penggemar YGstan diantaranya Ikonik membuktikan bahwa dengan beramal dan berbagi membuat mereka merasa lebih berguna tidak hanya dengan bersenang-senang dengan komunitas untuk hobi yang mereka sukai tapi lebih. Ikonik Semarang memberikan bukan karena kepemilikan mereka yang lebih dari cukup namun justru karena mereka merasakan empati yang tinggi dengan suatu kondisi.

Mereka melakukan donasi dan berbagi pada berbagai kalangan dari panti umum hingga panti yang mempunyai aliran dengan agama tertentu. Para Ikonik lebih banyak diisi orang dengan perbedaan agama dan budaya sehingga mereka bersama bukan hanya karena kesukaan yang sama namun mereka melakukannya karena dengan jiwa toleransi. Kegiatan charity dilakukan dengan penuh suka cita karena keyakinan mereka dimana dengan berbagi menambah kebahagiaan dan ketenangan batin bagi dirinya sendiri juga bermanfaat bagi orang-orang disekitarnya.

B. Analisis Fungsi Bimbingan dan Konseling Islam

Menurut Tohari Musnamar fungsi konseling Islam beliau menjelaskan fungsi konseling Islam terdiri dari beberapa fungsi Fungsi preventif atau pencegahan, yakni mencegah timbulnya masalah pada individu. Fungsi preventif yang dilakukan oleh komunitas menggunakan

diskusi ketua panitia mengingatkan berbagai macam isu yang berada di sekitar. Pesan disampaikan dalam grup sosmed maupun pertemuan terbuka. Menjadi pembahasn yang diingatkan adalah kesehatan mental dimana kita harus mengerti siapa diri kita karena BTS yang menjadi contoh terutama menggaungkan kesehatan mental dalam lagunya yang selanjutnya direpresentasikan dan di arahkan agar semuanya lebih peduli dengan dirinya. Diskusi kerap kali juga menyampaikan pesan agar tidak terjadi fanwar atau perbedaan hasil vote dan prestasi apa saja apabila ada teman yang multifandom dan mencoba lebih toleransi juga menyampaikan kampanye internet sehat dengan penggunaan yang bijak. Pengendalian compulsive buying mengingatkan agar membeli barang secara bijak jika menyukai Idol Korea. Obsesiv yang tidak terkendali berpangaruh pada dirinya sendiri.

Fungsi prefentif biasanya dilakukan oleh para senior yang terlanjur kalap melakukan hal-hal yang salah dan fatal dahulunya. Fungsi ini diberikan kepada penggemar baru yang biasanya bergabung karena rasa ingin tahu yang tinggi terhadap komunitas sehingga mencoba membantu mengantisipasi seperti fanwar ataupun pembelian compulsive. Fungsi berjalan dengan fungsinya apabila selalu terjadi perkenalan dengan seru yang nampak kalau ia masih muda dengan penunjukan usia bergabung di kartu registrasi.

Fungsi kuratif atau korektif, ialah memecahkan atau menanggulangi masalah yang sedang dihadapi individu, pada saat pertemuan beberapa hal kerap kali diingatkan mereka membahas dan mengevaluasi kinerja komunitas sendiri, apakah bisa bertambah lagi gerakan atau tindakan-tindakan aktivitas untuk kebaikan bersama. Lagi-lagi diskusi biasanya digaungkan untuk mencoba menelaah diri sendiri dilakukan secara massa karena Army dan BTS dalah suatu kekuatan bersama yang diharpkan dengan menjadi army tidak hanya menaruh perhatian pada BTS tapi pada diri.

Penggemar KPop dan pengurus komunitas sama-sama menyadari bahwa beberapa hal dalam aktivitas fangirls menyita waktu, tenaga dan pikiran yang lumayan banyak. Fungsi korektif tentu saja dilakukan saat diskusi bersama saat gathering dan project yang mereka laksanakan. Penggemar lamapun yang lebih dari empat tahun menyukai belum saja bisa lepas namun sampai titik ini mereka mencoba mengurangi terus menerus selain dengan aktivitas juga pergantian kegiatan yang bermanfaat seperti aktivitas yang dilakukan oleh komunitas.

Fungsi preservative, membantu individu agar situasi dan kondisi yang semula baik (terpecahkan) dan kebaikan itu bertahan lama, diskusi yang kerap kali dalam platform online dan saling sharing pengalaman mengenai suatu hal yang dapat dibantu bersama. Preservative yang digunakan oleh penggemar SEMY ialah dengan penggalangan dana untuk donasi. Mereka mencoba membantu kesulitan orang lain yang mengalami bencana ataupun musibah.

Preservative yang dilakukan komunitas tetap dengan menstabilkan pertemuan rutin untuk kesehatan bersama yang selalu bersemangat dan antusias dalam kegiatan SEMY dan Ikonik Semarang. Mereka juga menjadi penghibur untuk dirinya sendiri juga orang lain saat bersama. Bertemunya orang-orang yang sama memiliki perasaan senasib dan seperjuangan yang membuat SEMY dan Ikonik Semarang sama-sama tidak hanya untuk memenuhi kesenangan namun juga untuk memenuhi kekurangan yang individu miliki. Bersamanya mereka membuat rasa kesendirian yang ada menjadi lebur dengan bertemu berdiskusi dan bermanfaat dengan sekitarnya.

Fungsi developmental atau pengembangan, membantu individu memelihara dan mengembangkan situasi dan kondisi yang lebih baik, yang awalnya kurang menjadi baik, dan yang sudah mengalami peningkatan sehingga tidak menjadikan sebab muncul masalah bagii dirinya sendiri (Musnamar, 1992: 4) pengembangan yang dilakukan

pada komunitas merupakan upaya membentek ketahanan saat terjadi krisis ambil jeda terlebih dahulu sesuai dengan lagu dari BTS yang berjudul 'Zero O'clock'. Penggemar mencintai BTS dengan lagunya juga dengan sesamanya SEMY. Mereka mengembangkan kekuatan yang besar dengan massa yang banyak membantu pengoptimalan rasa kekeluargaan dan kebersamaan yang sebelumnya kosong dengan adanya komunitas tersebut.

Beberapa trauma dialami oleh penggemar yang mereka mampu bangkit setelah mendengar lagu BTS dengan title tertentu yang dimana menjadikan mereka bersukarela bergabung untuk membantu oranglain yang sama dengan apa yang dulu mereka rasakan dengan berkegiatan bersama-sama. Berdonasi berbagi dan bersuka ria. Fungsi pengembangan yang dilakukan oleh Ikonik Semarang dalam Charitypun tidak kalah ditunjukkan oleh komunitas ini. Pengembangan kegiatan pada donasi yang senantiasa digalakkan untuk upaya pengembangan mental yang dialami oleh penggemar saat mereka merasa tidak berguna akan hidupnya dengan berbagi mengenai apa yang mereka miliki membuat rasa kepercayaan diri dan keberhargaan diri tumbuh dan berkembang menjadi satu hal yang menguatkan batin seseorang.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil uraian dan analisis oleh penulis terkait dengan penelitian yang berjudul “ Fenomena *Celebrity Worship* Pada Penggemar KPop Idol Di Kota Semarang (Analisis Bimbingan dan Konseling Islam) dapat penulis simpulkan sebagai berikut:

1. Fenomena *Celebrity Worship* pada Penggemar KPop Idol di Kota Semarang

Fenomena *celebrity worship* pada penggemar KPop idol di Kota Semarang terjadi karena aktivitas mendengar, melihat, membaca, dan menelusuri kepribadian idola melebihi kepeduliannya terhadap dirinya sendiri. Penggemar KPop Idol di Kota Semarang berada pada tahapan *intence personal feeling* atau mempunyai perasaan pribadi yang tercampur didalamnya, dimana idol sudah melebihi dari sekedar aspek hiburan. Dampak *celebrity worship* pada mereka berupa *dissociation, tendencies toward addiction, compulsive buying, serta depression and anxiety* yang merupakan ciri kurangnya kesehatan mental pada diri mereka.

2. Analisis bimbingan dan konseling Islam

Analisis bimbingan dan konseling Islam yang digunakan pada fenomena *celebrity worship* menunjukkan bahwa komunitas penggemar Idol Kpop di Semarang mempunyai fungsi dan tujuan yang bersinggungan dengan kesehatan mental pada penggemar yang rendah dapat diselarasakan oleh komunitas. Komunitas mengadakan serangkaian kegiatan yang dapat meningkatkan kesehatan mental penggemar pada khususnya kegiatan *charity* dan diskusi kegiatan tersebut meningkatkan rasa kepercayaan dan keberhargaan diri pada penggemar yang mengalami fluktuasi konflik internal maupun

eksternal yang normal terjadi dalam kehidupan individu maupun social.

B. Saran-saran

Demi kemajuan dan lebih berhasilnya tujuan adanya komunitas dalam meningkatkan interaksi dan kebermanfaatan terdapat beberapa saran

1. Kepada Penggemar Diharap lebih antusias lagi pada saat kegiatan yang bersifat diskusi karena massa sangat terbendung saat konser saja.
2. Kepada Ketua Komunitas Diharap mempunyai program bersama yang lebih mengerahkan lagi dengan anggota yang lain agar semakin solid.
3. kepada Peneliti Diharap untuk penelitian selanjutnya dikupas secara mendalam lagi aspek bimbingan dan konseling Islam yang terdapat dalam komunitas penggemar Kpop di Semarang.

C. Penutup

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah peneliti panjatkan kepada Allah SWT, karena berkat ridho-Nya peneliti dapat menyelesaikan proses penelitian yang panjang hingga dapat dituangkan dalam bentuk tulisan ini. Peneliti merasa masih banyak hal yang kurang dalam tulisan ini, tetapi peneliti telah berusaha semaksimal mungkin untuk menyampaikan hal-hal penting selama dalam proses penelitian. Ini semata-mata karena peneliti menyadari adanya keterbatasan kemampuan dan sedikitnya ilmu yang peneliti miliki. Namun dengan demikian, peneliti berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan peneliti berikutnya yang memiliki keterkaitan tema. Dengan kerendahan hati, peneliti berharap adanya masukan bagi penelitian ini agar menjadi penelitian yang sempurna.

Sebagai penutup, peneliti mengucapkan banyak terimakasih kepada semua pihak yang membantu dalam penyusunan skripsi ini, khususnya kepada Kak Fay, Kak Nabia dan Kak Ika yang sudah meluangkan waktunya untuk saya. Kepada seluruh penggemar Kpop yang bersedia saya mintai keterangan hal tersebutberkenang untuk peneliti saat wawancara. Semoga skripsi ini bermanfaat barokah dan mendapatkan ridha dari Allah SWT.

DAFTAR PUSTAKA

- Adz-Dzaky, H. B. (2002). *[sikoterapi dan Konseling Islam: Penerapan Metode Sufistik]*. Yogyakarta: Fajar Pustaka Baru.
- Akhyar, S. (2015). *Konseling Islami Dalam komunitas Pesantren* . Bandung : Citapustaka Media Perintis.
- Al-Kumayyi, S. (2014). *Diklat Perkuliahan Metodeologi Penelitian Kualitatif* . Semarang : UIN Walisongo.
- al-Nadwi, A. H.-H. (1983). *Pertarungan antara Alam Pikiran Islam dengan Alam Pikiran Barat*. Bandung: Al-Ma'rif, tt.
- Amin, S. M. (2010). *Bimbingan dan Konseling Islam*. Jakarta: Amzah.
- Amiram Raviv et al. (1996). Adolescent Idolazition of Pop Singer Cause, Expression, and Relience . *Journal of Youth and Adolescent Vol.25, No. 5*, 631-650.
- Amiram Raviv et al. (1996). Adolescent Idolization of Pop Singers: Causes, Expressions, and Reliance. *Journal of Youth and Adolescence, Vol.25, No.5*, 631-650.
- Apriani, I. (2020). Penerapan Rational Emotive Behaviour Therapy pada Remaja Kecanduan Drama Korea (Studi Kasus di Kampus UIN Sultan Maulana Hassanudin Banten). *repository.uinbanten.ac.id*.
- Arikunto, S. (2002). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* . Jakarta: PT. Rineka Cipta .
- Aswadi. (2009). *Iyadah dan Ta'ziyah Perspektif Bimbingan dan Konseling Islam*. Surabaya: Dakwah Digital Press.

- Ayus, A. F. (2019). Kontrol Diri Komunitas Remaja Perempuan Penggemar KPOP. *eprints.uty.ac.id*.
- Black, A. (2006). Pemikiran Politik Islam: Dari Masa Nabi Hingga Masa Kini (trans. Abdullah Ali). In A. Black, *Pemikiran Politik Islam: Dari Masa Nabi Hingga Masa Kini (trans. Abdullah Ali)* (p. 39). Jakarta: Serambi.
- Cheung, C.-k., & Yue, X. (2013). Identity Achievement and Idol Worship among Teenagers in Hongkong. *International Journal of Adolescence and Youth, Volum 11*, 1-26.
- David Hizkia Tobing, et al. (2017). *Bahan Ajar Pendekatan Dalam Penelitian Kualitatif*. Udayana: Program Studi Psikologi Fakultas Kedokteran Universitas Udayana.
- Dinda Elmanda Putri et al. (2020). Pengaruh Celebrity Worship terhadap Perilaku Compulsive Buying pada Dewasa Awal Anggota Komunitas Baia Bandung. *Prosiding Psikologi ISSN 2460-6448*, 1-6.
- Dzakkiyah Nisrina et al. (2020). Dampak Konsumerisme Budaya Korea (KPOP) Di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Malang. *Jurnal Penelitian Humaniora Vol.21 No.1, 2020*, 78-88.
- Endang Siswanti et al. (2019). Hubungan Frekuensi Tayangan Budaya Korea (K-Pop) dan Pengimitasian Sikap pada Pelajar di SMP Eka Sakti Banyumanik Semarang Tahun 2019. *Jurnal Egaliter, Vol3 No.5*, 90-106.
- Farid, I. S. (2007). *Pokok- Pokok Bahasan tentang Bimbingan Penyuluhan Agama sebagai Teknik Dakwah*. Jakarta: Bulan Bintang.
- Fitroh, D. R. (2019). Pesan Moral Dalam Lirik Lagu Beyond The Scene (BTS) . *digilib.uinsby.ac.id*.
- Hayes, R. H. (2008). *The Happiness Trap*. Auckland, New Zealand : Exisle Publishing Ltd.

- Herhayyu, G. K. (2019). Korean Wave (Studi Tentang Pengaruh Budaya Korea Pada Penggemar K-Pop di Semarang. *eprints.undip.ac.id*, 1-112.
- J, M. L. (1998). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosda Karya.
- John Maltby et al. (2001). The self-reported psychological well-being of celebrity worshipper. *North American Journal of Psychology* 3, 441-452.
- John Maltby et al. (2003). A Clinical Interpretation of Attitudes and Behaviors Associated with Celebrity Worship . *The Journal of Nervous and Mental Disease Vol.191, No 1*, 25-29.
- John Maltby et al. (2003). A Clinical Interpretation of Attitudes and Behaviors Associated with Celebrity Worship. *The Journal of Nervous and Mental Disease 191*, 25-29.
- John Maltby et al. (2004). Personality and Coping : A Context for Examining Celebrity Worship and Mental Health. *British Journal of Psychology*. 95, 411-428.
- John Maltby et al. (2004). Celebrity Worship, Cognitive Flexibility, and Sosial Complexity. *Personality and Individual Differences* 37, 1475-1482.
- John Maltby et al. (2006). Extreme Celebrity Worship, Fantasy Proneness and Dissociation: Developing the Measurement and Understanding of Celebrity Worship within a Clinical Personality Context. *Personality and Individual Defferences* 40, 273-283.
- John Maltby et al. (2011). Celebrity Worship and Incidence of Elective Cosmetic Surgery: Evidence of a Link Among Young Adults. *Journal of Adolescent* 49, 483-289.
- Karina Amaliantami Putri et al. (Februari 2019). Korean Wave dalam Fanatisme dan Konstruksi Gaya Hidup Generasi Z . *NUSA, Vol.14, No.1* , 127-135.

- Kim, Y. (2021). *#Kpop Twitter achieves new record of 6.7 billion Tweets globally in 2020*. Soul: Twitter.
- Korean Culture and Service Information. (2011). *Korean Culture No.2 K-POP A New Force In Pop Music*. Republic Of Korea: Korean Culture and Information Service Ministry Of Culture, Sport and Tourism.
- L. E McCutcheon et al. (2003). A Clinical Interpretation of Attitudes and Behaviors Associated with Celebrity Worship. *Journal of Nervous and Mental Disease* 191, 25-29.
- L. E McCutcheon et al. (2004). *Celebrity Worshipers: Inside the Minds of Stargazers*. Baltimore: PublishAmerica.
- L. E. McCutcheon et al. (2002). Conceptualization and Measurement of Celebrity Worship. *British Journal Of Psychology* 93., 67-87.
- Larasati, D. (2018). Globalisasi Budaya dan Identitas: Pengaruh dan Eksistensi Hallyu (Korean Wave) versus Westernisasi di Indonesia . *e-journal.unair.ac.id*.
- Latipun. (2003). *Psikologi Konseling* . Malang: UMM Press.
- Luvita Apsari et al. (2016). Pengaruh Perilaku Modeling Pada Tayangan Drama Korea Terhadap Citra Diri Remaja Penggemar Drama Korea. *Jurnal Ecopsy, Volume 3, Nomor 3*, 144-148.
- Maharani Putri et. al. (2021). Corporate Diplomacy : Peran SM Entertainment Melalui New Culture Technology Dalam Diplomasi Publik Korea Selatan. *Padjajaran Of International Relations (PADJIR)*, 73-88.
- Maharani Putri et. al. (2021). Corporate Diplomacy : Peran SM Entertainment Melalui New Culture Technology Dalam Diplomasi Publik Korea Selatan. *Padjajaran Of International Relations (PADJIR)*, 77.

- Maltby, J., Giles, D. C., Barber, L., & Lynn E. McCutcheon . (2005). Intense-personal Celebrity Worship and Body Image : Evidence of a Link Among Female Adolescents. *British Journal Of Health Psychology* 10., 17-32.
- Milla Riauzie Poetri et al. (2015). Perilaku Konsumtif Remaja Perempuan Terhadap Trend Fashion Korea di Jakarta Selatan . <https://ojs.unud.ac.id>, 6.
- Mubarok, A. (2000). *Al-Irsyad An Nafsy: Konseling Agama Teori dan Kasus*. Jakarta: Bina Rena Pariwara.
- Muhammad Khairil et al. (2019). Efek Ketergantungan Remaja K-popers terhadap Media Sosial di Kota Palu. <https://jurnalaspikom.org>, 14-25.
- Muhammad Khairil et al. (2019). Efek Ketergantungan Remaja K-Popers terhadap Media Sosial di Kota Palu. *Jurnal ASPIKOM, Volume 4 Nomor 1*, 14-25.
- Mukhlisoh. (2019). Penerapan Konseling Religius Terhadap Remaja Fanatik Idol K-Pop (Studi Kasus di Kecamatan Walantka Kota Serang). <http://repository.uinbanten.ac.id>.
- Muktaf, Z. M. (2016). Teknik Penelitian Studi Kasus, Etnografi dan Fenomenologi . repository.umy.ac.id, 1-5.
- Munandir. (1997). *Beberapa Pikiran Mengenai Bimbingan dan Konseling Islami*. Yogyakarta: UII Press.
- Munawaroh. (2016). Dampak Pernikahan Dini Di Desa Margamulya Kecamatan Rambah Samo Kabupaten Rokan Hulu. repository.uin-suska.ac.id, 8.
- Musnamar, T. (1992). *Dasar-dasar Konseptual Bimbingan dan Konseling Islam*. Jakarta: UII Press.
- Nasional, P. B. (2008). *Kamus Bahasa Indonesia* . Jakarta: Pusat Bahasa.

- Natawijaya, R. (1987). *Pendekatan-pendekatan dalam Penyuluhan Kelompok*. Bandung: Syamil Cipta Media.
- Ni Made Santika Krisna Diari et al. (2019). Strategi Sukses K-Pop Memasuki Pasar Mainstream : BigHit Entertainment, BTS dan 'Army'. *Jurnal Manajemen Bisnis Volume 16, No.3,*, 31-47.
- Pertiwi, S. A. (2013). Konformitas dan Fanatisme Pada Remaja Korean Wave . *Psikoborneo, Vol,1 No.2,* 84-90.
- Prayitno et al . (1999). *Dasar-dasar Bimbingan dan Konseling*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Putri, A. T. (2019). Pengaruh Tayangan K-Drama (Korean Drama) Terhadap Perubahan Perilaku Mahasiswi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. (*Thesis*), 1-79.
- Putri, L. A. (2020). Dampak Korea Wave Terhadap Prilaku Remaja Di Era Globalisasi. *Al-Ittizaan : Jurnal Bimbingan Konseling Islam Vol.3, No. 1,2020,* 42-48.
- Putri, O. F. (2019). Peran K-pop terhadap Siswa Masa Kini dan Dampaknya dalam Kehidupan Sehari-hari. *DOI:10.31227/osf.io/cb7xu,* 1-6.
- Reza Shabahang et al. (2020). Celebrity Worship and Body Image Concern : Mediating Role of Cognitive Flexibility. *International Journal of Psychology Vol. 14, No. 1, Winter & Spring,* 35-58.
- Richelle. (2016, 08 14). *Aminoapps Kpop*. Retrieved 05 3, 2021, from https://aminoapps.com/c/k-pop/page/blog/how-much-does-kpop-cost-to-produce/K4IM_uRg4BPjeW5rbax0qMPEQmYjJm#:~:text=To%20put%20things%20in%20perspective,average%20of%20one%20million%20dollars.

- Shalihah, M. S. (2019). Perilaku Komunikasi Penggemar Kpop (Studi Fenomenologi Tentang Perilaku Komunikasi Penggemar KPop Sebagai Audien Video Musik GirBand BlackPink "DDU DU DDU DU" di UIN Sunan Ampel Surabaya). *http://digilib.uinsby.ac.id*, 1-106.
- Shim, D. (2006). Hybridity and the Rise of Korean Popular Culture In Asia. *Media Culture & Society. Vol 28(1), 25-44 doi: 10.177/0163443706059278*, 37-38.
- Shofa, M. (2017). Gambaran Psikologis CELEBRITY WORSHIP pada Dewasa Awal (Studi Kasus Mahasiswa Penggemar Korean Pop). *etheses.uin-malang.ac.id*.
- So, W. (2021, 2 4). Distrubution of K-pop views on Youtube Worldwide as June 2019, by country. South Korea.
- Soekamto, S. (2005). *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Rajawali.
- Stever, G. S. (2013). Mediated vs. Parasocial Relationship : An Attachment Perspective. *Journal Of Media Psychology Volume17, No.3*, 1-31.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukmadinata, N. S. (2004). *Landasan Psikologi Proses Pendidikan* . Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Suminar, R. (2018). Fenomena Hallyu di Indonesia. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesiap-ISSN:2541-0849 Vol.3 No. 12*, 128-137.
- Susan D. Boon et al. (July 2001). Admirer-Celebrity Relationships Among Young Adults Explaining Perceptions of Celebrity Influence on Identity. *Human Communication Research, Vol.27 No.3*, 432-465.

- Sutoyo, A. (2013). *Bimbingan dan Konseling Islam (Teori & Praktik)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Syamsu Yusuf et al. (2006). *Landasan Bimbingan Konseling*. Bandung: PT. Refrika Aditama.
- Tae Young Kim et.al. (2016). Cultural Policy in the Korean Wave: An Analysis of Cultural Diplomacy Embedded In Presidential Speeches. *International Journal of Communication* 10 (2016), 8.
- Tarmizi. (2018). *Bimbingan Konseling Islami*. Medan: Perdana Publishing.
- Tartila, P. L. (2013). Fanatisme Fans Kpop Dalam Blog NetizenBuzz. <http://journal.unair.ac.id>, 190-205.
- Valentinda, A. &. (2013). Gelombang Globalisasi Ala Korea Selatan, *Jurnal Pemikiran Sosiologi* 2(2). jurnal.ugm.ac.id/jps/article/view/30017.
- Vlive. (2020, 04 08). *Bad Alive: WayV ZONE*. (WayV, Performer) Soul, South Korea.
- Wabaa, & dkk. (2018). Pengaruh Globalisasi Informasi Terhadap Kehidupan Sosial Budaya Generasi Muda (Suatu Studi Di SMA NEGERI 1 Beo Kabupaten Kepulauan Talaud). ejournal.unsrat.ac.id, 1-12.
- Wikipedia. (n.d.). *Wikipedia*. Retrieved 02 26, 2021, from Wikipedia: <https://id.wikipedia.org/wiki/Westernisasi>
- Yano, C. (Autumn 1997). Charisma's Reakm: Fandom In Japan . *Ethnology*, Vol.36 No.4 , 335-349.
- Yue, X. D. (2000). Idol Worshipping for Vain Glory, Illusory Romance or Intellectual Learning: A study in Nanjing and Hongkong. *International Journal of Adolescence and Youth*, 299-317.

Yue, X. D. (2000). Selection of Favourit Idols and Models among Chinese Young People: A comparative study in Hongkong and Nanjing. . *International Journal Of Behavioral Development*, 24 (1), 91-98.

Dokumentasi Kegiatan



Wawancara dengan kak Rika (Pengurus Army Serendipity Semarang)



Dokumentasi kegiatan Ikonik Semarang



Kopi Chusseyo Semarang



Wawancara dengan Kak Fay (Ketua Kominitas Ikonik Semarang)



Wawancara dengan Kak Nab (Ketua Komunitas Army Serendipity Semarang)



Wawancara dengan Lailatul (Anggota Army Serendipity Semarang)



Wawancara dengan Lintang, Silvia, Dea (Anggota Army Serendipity Semarang)



Kegiatan Birthday Project



Wawancara dengan Dea (Penggemar IKON)

DRAFT WAWANCARA PENGGEMAR

- 1) Bagaimana aktivitas anda dengan dunia Kpop ?
- 2) Bagaimana anda mendeskripsikan idola anda?
- 3) Factor apa saja yang membuat anda tertarik dengan idola anda ?
- 4) Bagaimana dengan barang-barang anda yang berkaitan dengan K-Pop ?
- 5) Bagaimana anda mengelola keuangan untuk membeli barang-barang tersebut ?
- 6) Se jauh mana kedekatan komunikasi anda dengan orangtua anda ?
- 7) Bagaimana kehidupan social anda dirumah atau di sekolah ?
- 8) Bagaimana saat anda menonton mv dank lip idola anda apakah sering diulang ?
- 9) Apakah anda pernah membayangkan idola anda dekat dengan anda ?
- 10) Bagaimana anda dapat bergabung komunitas ini?
- 11) Perubahan apa yang anda rasakan saat bergabung pada komunitas ini ?
- 12) Bagaimana dengan aktivitas ibadah anda ?
- 13) Bagaimana pandangan anda tentang Islam yang mempunyai figure idola sendiri?
- 14) Bagaimana saat anda sedih atau terpuruk hal apa yang anda lakukan untuk mengatasi itu ?

DRAFT WAWANCARA KETUA KOMUNITAS

- 1) Apa yang melatarbelakangi anda mendirikan komunitas ini?
- 2) Bentuk kegiatan apa saja yang dilakukan ?
- 3) Bentuk kegiatan apa saja yang dilakukan ?
- 4) Bagaimana anda membangun kedekatan dengan anggota ?
- 5) Bagaimana tanggapan anda banyak statement penggemar Kpop adalah penggemar yang halu ?
- 6) Bagaimana cara anda menyampaikan bentuk pesan keagamaan terhadap komunitas ini, mengingat terdapat keragaman penganut pada komunitas ini ?
- 7) Bagaimana cara menghadapi fanwar yang atau kesulitan saat mempertahankan komunitas ini ?
- 8) Value apa sebenarnya yang ada bagikan untuk para penggemar disini ?
- 9) Bagaimana tanggapan anda dan apa yang anda lakukan mengenai kompulsif buying di komunitas anda yang marak terjadi di penggemar Kpop ?

BIODATA PENULIS



Nama : Detty Layla Hasan
TTL : Semarang, 09 Desember 1998
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Alamat : Wonolopo, RT 01 RW 07 Mijen Semarang
Email : dettylayla@gmail.com

Riwayat Pendidikan :

1. SD NEGERI WONOLOPO 01
2. SMP N 23 SEMARANG
3. SMA N 13 SEMARANG
4. UIN WALISONGO SEMARANG

Semarang, 22 Desember 2021

Detty Layla Hasan
NIM. 1601016123