

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI

A. Tinjauan Pustaka

Penelitian tentang pengaruh K-pop pada fandom telah ramai dilakukan oleh beberapa peneliti, diantaranya oleh Olivia (2013) yang bertujuan untuk menjelaskan pengaruh Budaya Pop Korea pada gaya hidup dalam mengimitasikannya melalui televisi. Olivia mengemukakan dengan menggunakan teori modelling dimana teori ini merupakan aplikasi dari teori belajar sosial, menyatakan bahwa mereka mengikuti perkembangan perkembangan budaya pop Korea melalui televisi ini terlihat dari praktek hidup, gaya dan koleksi yang berhubungan dengan budaya pop Korea. Bentuk pengawasan yang kurang pada anak terlihat dari informasi bahwa 50% menyatakan kurang dari 4 kali seminggu menonton televisi lokal, 40% menyatakan bahwa lebih dari 4 kali dalam seminggu menonton acara televisi, dan 10% menyatakan lebih memilih streaming untuk menonton acara korea.

Kedua, oleh Dhea dkk (2013) yang bertujuan untuk menjelaskan tentang pengaruh Korea Wave atau K-pop tentang *Fan Idol Korea* Fiksi anak, cerita fiksi yang terdapat dari media sosial dengan konten seksual yang ada di dalamnya. Dalam penelitian ini membahas tentang hubungan *Korea Idol Fan Fiction* dengan anak-anak berperilaku seksual. Hasilnya bahwa kelompok .pembaca *Korea Fan Fiction* lebih cenderung untuk melakukan seksual cium kering dengan lawan jenis lebih tinggi dari pada dari pada kelompok yang tidak membaca. Tetapi *Korea Fan Fiction* tidak ada hubungannya dengan praktik seksual pranikah. Selanjutnya ada Inayatul (2015) tujuan penelitian ini adalah dampak Budaya Korea pop terhadap keberfungsian perspektif keberfungsian sosial. Inayatul mengemukakan bahwa ada dampak positif dan negatif yaitu dampak positifnya untuk meningkatkan aktualisasi diri dan meningkatkan hubungan sosial.,

negatifnya K-pop dapat membuat seorang penggemar melupakan dan mengesampingkan kehidupan nyata, merasakan kecemburuan yang tidak wajar, dan emosi yang tidak stabil. Ada perbedaan antara anggota komunitas dan non komunitas yaitu, komunitas lebih memiliki strategi secara bermusyawarah dan tingkat emosi yang tinggi sedangkan non komunitas menghadapi masalah lebih mandiri.

Penelitian ini berbeda dengan penelitian yang sebelumnya bahwa penelitian ini membahas tentang persepsi perempuan penggemar K-pop terhadap konsep maskulinitas *boyband* Korea Selatan.

Persamaan dari penelitian ini adalah penelitian ini berhubungan tentang Kpop atau *Hallyu Wave* dari Korea Selatan yang membuat penggemarnya sangat menyukai para idolnya.

B. Kerangka Teori

1. Budaya dan Fandom K-pop

a. Pengertian budaya

Menurut Koentjaraningrat budaya berasal dari bahasa Sanskerta *buddhayah* yang berbentuk jamak dari *budhi* yang artinya “budi” atau “akal”. Menurut Koentjaraningrat budaya adalah gagasan dan karya manusia, yang harus dibiasakan dengan belajar, beserta keseluruhan dari hasil budi dan karyanya itu.¹

Dari pengertian di atas dapat di simpulkan bahwa kebudayaan bersifat abstrak yang akan mempengaruhi tingkat dari pengetahuan yang meliputi seperti ide atau gagasan di dalam pikiran manusia dalam kehidupan sehari-hari. Tidak mengherankan bahwa budayalah yang membuat pola pikir, religi, bahasa, organisasi sosial, peralatan hidup dan lain-lain terbentuk.

¹Koentjaraningrat. *Kebudayaan Mentalitas dan Pembangunan*. (Jakarta: PT Gramedia Pustaka 2004).hlm 9

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia kata “pop” yang berarti “populer”.

Menurut William ada empat makna seperti:

- 1) Banyak disukai orang;
- 2) Jenis kerja rendahan;
- 3) Karya yang di buat atau di lakukan untuk menyenangkan orang lain;
- 4) Atau budaya yang memang di buat untuk diri sendiri;²

Dapat di simpulkan bahwa budaya populer adalah budaya yang sudah berkembang, untuk pandangan hidup, seperti praktik, sebagai karya yang banyak di sukai banyak orang. Dan ciri dari dari budaya populer itu sendiri adalah suatu budaya yang menjadi tren masa kini yang diikuti dan di sukai banyak orang dan menjadi budaya populer. Bentuk dari budaya populer Korea adalah sinetron drama TV Korea, contohnya seperti *Boys Before Flower*, *Full House*. Selanjutnya ada fashion, musik pop dari grup *boyband* dan *girlgrup* seperti Bigbang, BTS, EXO dan lain-lain. Dan juga reality show Korea seperti Running Man, Infinity Challenge, dan lainnya.

Dari bentuk makanan, ada beberapa makanan khas Korea Selatan yang menjadi makanan kesukaan di Indonesia seperti: Kimchi, bibimbab, jjajangmyeon, Japchae, Jjampong, Kalguksu dan masih banyak lagi.

Ada pula budaya pakaian traditional Korea yang bernama Hanbook

a. Pengertian persepsi

Riggio mendefinisikan persepsi sebagai proses kognitif baik lewat penginderaan, penciuman dan perassan yang kemudian yang kemudian di tafsirkan. Menurut Drever dalam Susanti mengatakan bahwa yang dimaksud

² Kaparang, Olivia M. *Analisa Gaya Hidup Remaja Dalam Mengimitasi Budaya Pop Korea Melalui Televisi*. (Jurnal “*acta Diuma*” Vol.2.2013).hlm 7

dengan konsep adalah suatu sensasi atau interpretasi.³ Menurut Jalaluddin Rachmat dalam bukunya Psikologi Komunikasi bahwa persepsi merupakan pengalaman tentang objek, atau hubungan dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Jalaluddin menambahkan bahwa persepsi memberikan makna pada stimulasi indrawi (*sensory stimulus*).⁴

Dapat disimpulkan bahwa persepsi adalah proses pengorganisasian dan interpretasi dari stimulus yang diterima, berupa rangsangan atau informasi serta pesan yang di terima dan di rasakan oleh panca indra manusia. Lebih luasnya seseorang mengamati objek atau lingkungan yang memberikan kesan kepadanya, sehingga memberi suatu penilaian pandangan atau pendapat dan dapat berubah-ubah.

b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi

Ada dua faktor yang mempengaruhi persepsi tersebut, yaitu faktor Interna dan Eksternal.

1) Faktor Internal yang mempengaruhi persepsi, yaitu faktor pada odiri sendiri atau pada individu itu sendiri. Antara lai:

a.) Fisiologis

Masuknya informasi melalui indra, memberikan sebuah usaha untuk memperoleh sebuah arti pada lingkungan sekitarnya. Dalam hal ini kapasitas pada indara pada setiap orang berbeda-beda sehingga interpprestasi terhadap lingkungan juga akan berbeda.

b.) Ingatan dan Pengalaman

³ <http://eprints.uny.ac.id/9686/3/bab%202.pdf>. yang di publikasikan tahun 2013.Hlm 10

⁴ *Ibid*

Dalam artian ini bahwa sejauh mana orang akan mengingat setiap kejadian-kejadian lampau untuk mempengaruhi sebuah rangsangan dalam artian yang luas.

c.) Suasana Hati atau Emosi

Sebuah emosi atau mood yang menunjukkan perasaan seseorang pada waktu yang tepat untuk dapat mempengaruhi dalam menerima, mengingat dan bereaksi.

2) Faktor Eksternal yang mempengaruhi persepsi adalah sebuah karakteristik dari objek dan lingkungan. Hal tersebutlah yang dapat mengubah sudut pandang seseorang pada dunia sekitarnya.

a.) Penampilan dan Ukuran

Semakin besarnya suatu objek maka semakin mudah untuk di pahami dan mempengaruhi sebuah persepsi. Dengan membentuk sebuah ukuran yang dapat memudahkan perhatian dan membentuk persepsi.

b.) Warna pada objek

Objek yang memiliki warna atau cahaya yang cerah akan mudah di pahami (*to be perceived*) di bandingkan yang sedikit.

c.) Kekuatan dan Intensitas pada stimulus

Jika lebih memperhatikan stimulus yang berada di luar adalah kekuatan dari stimulus yang dapat mempengaruhi sebuah persepsi pada objek.

d.) Gerakan atau Motion

Objek yang bergerak lebih memberikan perhatian lebih dari pada objek yang diam.

Dalam hal faktor yang mempengaruhi persepsi ada pula faktor yang mempengaruhi perkembangan persepsi tersebut. Faktor tersebut seperti:

a) Psikologi

Persepsi seseorang mengenai segala sesuatu di alami dunia ini sangat di pengaruhi oleh keadaan psikologi. Contohnya saat terbenamnya matahari dengan warna matahari senja sebagai baying-bayang yang kelabu bagi orang yang buta warna.

1) *Family* (keluarga)

Pengaruh terbesar bagi anak-anak adalah keluarganya. Orang tualah yang selalu mengembangkan suatu cara yang khususdi dalam memahami dan melihat kenyataan di dunia ini, dan persepsi-persepsi mereka yang di turunkan kepada anaknya. Contohnya adalah orang tua yang Muhammadiyah akan mempunyai anak yang Muhammadiyah juga.

2) Kebudayaan

Kebudayaan dan lingkungan masyarakat tentu juga merupakan salah satu faktor kuat dalam mempengaruhi sikap nilai dan cara seseorang memandang dan memahami keadaan di dunia. Contoh Orang non-Muslim yang bebas makan babi, tidak begitu halnya bagi masyarakat Indonesia.

c. Proses Persepsi

Munandar Soelaeman mengutip dari Departemen Pendidikan dan Kebudayaan terdapat tiga komponen utama dalam proses persepsi, yaitu:

1) Seleksi adalah proses penyaringan dari indra terhadap rangsangan dari luar, intensitas dan jenisnya dapat banyak dan dapat pula sedikit.

- 2) Interpretasi yaitu proses pengorganisasian informasi yang mempunyai arti bagi seseorang. Seperti halnya masa lalu, system yang diantut motivasi, kepribadian, kecerdasan dan sebagainya. Memproses informasi yang diterima yang kompleks menjadi sederhana.
- 3) Interpretasi dan persepsi di terjemahkan ke dalam tingkah laku sebagai reaksi. Dalam proses persepsi yaitu menyeleksi, interpretasi dan pembulatan terhadap informasi yang sampai.⁵

2. Teori S-O-R (*Stimulus-Organisem-Response*)

Teori S-O-R yang pertamakali di kemukakan oleh Hovland, et.al tahun 1953 yang beranggapan bahwa perubahan sikap serupa halnya dengan belajar, dan dalam belajar ada tiga hal yang harus di kethui yaitu perhatian, pengertian dan pemahaman. teori S-O-R yaitu singkatan dari stimulus-organism-response. teori ini berasal dari psikologi. objek material dari psikolog dan ilmu komunikasi sama-sama manusia yang jiwanya meliputi komponen-komponen: sikap, opini, prilaku, kognisi afeksi dan konasi. Dalam mempelajari sikap yang baru ada tiga variabel penting yang menunjang proses belajar tersebut yaitu perhatian, pengertian, dan penerimaan.

Ada beberapa unsur dalam teori S-O-R yaitu:

- a. S: Stimulus , yaitu berupa rangsangan yang di dalamnya mengandung pesan atau pun gagasan.
- b. O: Organism, yaitu orang yang menjadi objek terkena stimulus.
- c. R: Respons, yaitu efek yang terjadi akibat dari stimulus tersebut.⁶

⁵ ibid

⁶ Rahmat, Jalaluddin. *Psikologi Komunikasi*(Bandung:PT Rosdakarya, 2007)hlm 49-67

Pada teori ini mengatakan bahwa perilaku dapat berubah apabila stimulus melebihi dari stimulus semula yaitu yang mampu meyakinkan organism. Dan dalam proses perubahan perilaku tampak sikap dapat berubah dan melebihi dari yang semula.⁷ Menurut Hovlan menyatakan bahwa dalam sikap menalaah ada tiga variable yang penting yaitu:

- a. Perhatian
- b. Pengertian
- c. Penerimaan

Stimulus inilah yang diterima oleh seseorang dan akan di proses ketika ada perhatian pada stimulus dan proses selanjutnya dia akan mulai mengerti, setelah inilah mulai mengelola menjadi penerimaan. Setelah penerimaan inilah prubahan perilaku terjadi.

a. Pandangan

1) Masa lalu

teori ini berasal dari psikologi. objek material dari psikolog dan ilmu komunikasi sama-sama manusia yang jiwanya meliputi komponen-komponen: sikap, opini, prilaku, kognisi afeksi dan konasi.

2) Masa Sekarang

Saling terhubungnya antara masa silam dan masakini, begitu pula masa kini dengan masa silam. Yang membentuk sebuah respon tertentu.

3) Masa Depan

Di masa ini teori ini akan semakin menarik karena tantangan yang akan terjadi karena semakin sadarnya akan informasi ynag di dapat. Oleh

⁷Efendy, Onong Uchjana. *Komunikasi dan Moednisasi*(bandung Alumni, 1987)hlm 65

karena itu, harus memperhatikan pesan yang akan di sampaikan, tujuan pesan dan evek yang di harapkan.

Teori ini memandah bahwa perubahan perilaku individu tergantung kebutuhan. Hal ini di karenakan stimulus tersebut dapat dimengerti dalam kontek kebutuhan.

3. Konsep Maskulinitas

a. Pengertian

Berbicara mengenai maskulinitas tentu tak bisa lepas dari pembicaraan gender. Gender berbeda dengan jenis kelamin. Jenis kelamin dianggap konstruksi biologis yang di bawa setiap individu sesuai dengan kodratnya sejak di lahirkan. Sedangkan gender adalah konstruksi sosial dan budaya. Ini di bentuk melalui prosespanjang dala kehidupan berbudaya, oleh karena itu gender bersifat dinamis.⁸

Menurut Jewitt C maskulinitas adalah suatu image kejantanan, ketangkasan, keperkasaan, keberanian untuk menantang bahaya, keuletan, keteguhan hati, hingga keringat yang menetes, otot laki-laki yang menyembul atau bagian tubuh tertentu dari kekuatan daya tarik laki-laki yang terlihat secara eksterinsik. Maskulinitas sendiri selain merupakan konsep yang terbuka pada dasarnya bukan merupakan identitas yang tetap dan *monolitis* yang dipisahkan dari pengaruh ras, kelas dan budaya melainkan dalam sebuah jarak (*range*) identitas yang kontradiktif.⁹

⁸Girsang, Romi comando. *Maskulinitas Dalam Iklan televisi*.(pdf 12738-30704-1-PB) Hlm 5

⁹ Jewitt, C. "I mages of Men: Male Sexuality in Sexual Health Leaflets and Posters for Young People", dalam <http://www.socresonline/2/2/6.html>. Dikutip kembali oleh Kurnia, Novi. 2004. Representasi Maskulinitas dalam Iklan pada jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Skripsi.

Maskulinitas itu tersendiri di konstruksi oleh budaya. Pada negara –negara bagian timur, budaya sangatlah berperan pada pembentukan pada konsep maskulinitas yaitu dengan pola asuh, ritual adat, buku bacaan, tayangan televisi, jenis permainan bahkan filofofi hidup.

Kejadian-kejadian sepele yang terjadi sehari-hari selama berpuluh tahun yang bersumber pada norma budaya yang telah membentuk suatu pencitraan diri dalam kehidupan seorang laki-laki. Hal ini dapat di lihat dari cara berpakaian, berpenampilan, cara bergaul, menyelesaikan masalah, ekspresi verbal mau pun nonverbal hingga aksesoris yang di pakai di tubuhnya.¹⁰

Konsep maskulinitas di dunia Barat juga di pengaruhi oleh budaya yang bisa berasosiasi dengan citra industrilisasi, kekuatan militer dan peran sosial gender yang konvensional. Yang di maksud dalam hal ini adalah secara seksual, logis, individualistic dan condong untuk memimpin dan sifat jantan lainnya, menjadikan terciptanya maskulinitas-maskulinitas baru.

b. Sifat-sifat Maskulinitas

Dalam Era Baru saat ini yang konsep maskulinitas pada Korea selatan yang di kenal saat ini dengan Maskulinitas New Man yang mana menggambarkan seperti:

- 1) Memiliki wajah tampan atau cakep
- 2) Memiliki badan berotot dan perut yang sixpack
- 3) Memiliki tubuh yang tinggi
- 4) Menggunakan *makeup*
- 5) Berkemampuan dalam bernyanyi rap, *beatboxing*, Hiphop, dan lainnya.

¹⁰ Ibid

- 6) Wajah yang tidak menggunakan kumis mau pun jenggot
- 7) Perawatan tubuh atau wajah dengan produk kosmetik bahkan dengan operasi plastik

Ada pun maskulinitas dalam media. Media yang sangat berperan penting bagi kehidupan, mulai dari mencari informasi, berkomunikasi, bahkan memudahkan dalam kegiatan sehari-hari di rumah mau pun dalam pekerjaan.

Maskulinitas dalam bentuk media yaitu:

- 1) Karya Sastra; melalui novel, puisi, kajian, sejarang, tulisan, tulisan mengenai *Travel* dan *sport*.
- 2) Media Cetak; Tabloid, Koran, majalah, komik.
- 3) Media Siar; film, televisi, video, internet, radio.
- 4) Media Visual dan Performatif; Lukisan patung, periklanan, fotografi, kartun, ilustrasi, olahraga, tarian, musik pop, upacara ritual, pertunjukan, penampilan, dan pidato (orasi)
- 5) Autobiografi/biografi dan dokumentasi; Sejarah lisan, kisah hidup, biografi, autografi, buku, harian, jurnal, rekaman audiovisual.¹¹

c. Konsep Maskulinitas Menurut Islam

Dalam pandangan Islam sosok laki-laki yang maskulinitas adalah seperti:

- 1) Agama yang bagus
- 2) Pengayom dan penyantun
- 3) Berwibawa dan pemurah
- 4) Tegas memimpin namun lemah lembut
- 5) Kuat pendirian namun memiliki prinsip

¹¹ Ibid hlm 28

- 6) Penyabar dan pemaaf
- 7) Amanah
- 8) Mendidik
- 9) Berakhlak baik

A. Psikologis Dewasa awal

a. Dewasa

Dewasa berasal dari kata kerja latin yang berarti menjadi tumbuh dewasa. Dewasa adalah seseorang yang telah menyelesaikan pertumbuhannya dan siap menerima kedudukannya dalam masyarakat bersama orang dewasa lainnya.¹²

Dewasa awal atau muda adalah masa di mana mulainya transisi secara fisik, intelektual, dan juga peran sosial. Perkembangan sosial pada dewasa awal adalah puncak pada perkembangan sosial dewasa, yang memandang egosentris menjadi sikap empati.

Hurlock mengungkapkan Masa dewasa ini di mulai dari 18 tahun sampai kira-kira 40 tahun. Dan secara umumnya yang tergolong dewasa awal adalah yang berumur 20-40 tahun.¹³

b. Ciri-ciri Umum

Dewasa awal adalah masa penyesuaian terhadap pola-pola kehidupan baru yang di harapkan di sosial. Ciri-ciri dewasa awal menurut Hurlock:

1) Masa dewasa awal sebagai masa reproduktif

Masa yang ditandai dengan membentuk rumah tangga. Khususnya wanita, sebelum usia 30 tahun adalah masa seorang wanita siap menerima tanggung jawab sebagai seorang ibu.

2) Masa dewasa awal sebagai masa bermasalah

Seseorang harus menyesuaikan kegiatan dan kehidupan baru seperti pernikahan, dan siap menjadi orang tua dan sebagai warga negara yang di anggap dewasa secara umum.

3) Masa dewasa awal sebagai masa penuh ketegangan emosional

¹² *Ibid* Hlm 17

¹³ *Ibid*

Emosional sering tampak melalui kekhawatiran, ketakutan, yang pada umumnya adalah persoalan-persoalan yang di hadapi.

- 4) Masa dewasa awal sebagai masa tergantung perubahan nilai
Tergantung disini biasanya di kaitkan dengan orang tua, pendidikan, pemerintah, pinjaman yang menjadi awal dari kelompok sosial dan orang dewasa. ¹⁴