

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan bidang komunikasi menjadikan orang-orang dapat mengetahui mengenai hal kehidupan serta kebudayaan lain yang ada di dunia menggunakan media. Salah satunya menggunakan media massa dapat memberikan informasi serta memberikan pengaruh kepada penggunanya melalui media *online*, media cetak dan elektronik (Resti, 2020). Sebelum menggunakan media dibutuhkan adanya komunikasi. Komunikasi Laswell (dalam Mulyana, 2017) pesan diberikan kepada penerima dari sumber melalui saluran tertentu baik secara langsung atau tidak yang dapat menimbulkan efek. Manusia saling berkomunikasi dibutuhkan sebuah proses yaitu, proses komunikasi. Proses komunikasi merupakan cara untuk menyampaikan pikiran dan perasaan diri kita kepada orang lain dengan menggunakan simbol-simbol yang ada sebagai medianya, adanya simbol tersebut digunakan sebagai bahan untuk saling komunikasi anatar sesama manusia dengan menggunakan tulisan, bahasa, seni dan lain-lain. (Onong, 2003:11).

Komunikasi dijalankan oleh dua orang melalui proses komunikasi. Sedangkan proses komunikasi yang berlangsung pada masyarakat luas dengan mengabungkan tujuan, organisasi serta kegiatan sebenarnya (McQuaill, 1987 :7). Komunikasi massa bermacam-macam yang bisa ditemui salah satunya lagu, yang didengarkan pada pendengar dan dilakukan secara satu arah, sumber dari lagu melibatkan banyak proses dari produksi sampai difusi lagu. Peran lagu

dalam komunikasi massa digunakan untuk alat persuasi yang berhubungan dengan peran lagu (Yahya, 2017).

Orang-orang dapat mendengarkan lagu melalui media massa selain mendengarnya langsung. Media massa juga sebagai bentuk penyebaran *hallyu* sehingga orang-orang mendapatkan informasi serta memberikan dampak kepada dunia luas termasuk Indonesia. Kata *hallyu* diadopsi oleh media China yang berarti aliran budaya Korea. Persebaran *hallyu* dibagi menjadi beberapa gelombang. Gelombang pertama dimulai awal tahun 1990-an hingga awal 2000-an saat drama dan film Korea Selatan sangat populer di Jepang dan China. Gelombang kedua pada pertengahan tahun 2000-an ketika drama, film, dan musik Korea populer di Asia Selatan dan Asia Tenggara. Kemudian gelombang ketiga di tahun 2010-an mulai mencapai belahan dunia lainnya seperti Eropa, Australia, Amerika dan Afrika. (Nurmala, 2018).

Hallyu menyebar keseluruh dunia membuat adanya peningkatan penggemar terhadap budaya Korea. Peningkatan penggemar terhadap budaya Korea dapat dilihat dari berita *The Korea Times* pada Kamis (10/1/2019) Pemerintah Korea berafiliasi dengan The Korea Foundation, menunjukkan jumlah penggemar kebudayaan Korea tahun 2018 di seluruh dunia meningkat 22 persen menjadi 89,19 juta, dari semula 73,12 juta penggemar pada tahun 2017. Penggemar budaya Korea memiliki ketertarikan yang berbeda-beda seperti bidang kecantikan, makanan Korea hingga K-pop (Korean Pop). Tetapi penggemar K-Pop yang terbanyak dibandingkan penggemar bidang kecantikan dan makanan Korea. Data penggemar K-Pop yang tinggal di Asia dan Oceania sebanyak 70,59 juta anggota dari 457 klub penggemar merupakan jumlah angka tertinggi.

Amerika menempati posisi kedua sebanyak 11,8 juta anggota dari 712 klub penggemar. Disusul oleh Eropa sebanyak 6,57 juta anggota dari 534 klub penggemar. Sedangkan di Afrika dan Timur Tengah sebanyak 230 ribu anggota dari 140 klub penggemar (Yulaika, 2019).

Penyebaran K-pop di Indonesia semakin meluas dan mencakup berbagai usia. Menurut hasil survey IDN Times (2019) (dalam Sandy, 2021), 40,7 % penggemar K-Pop di Indonesia berasal dari kalangan berumur 20-25 tahun, 38,1% berusia 15-20 tahun, 11,9 % berusia lebih dari 25 tahun dan persentase paling sedikit berasal dari usia 10-15 tahun yakni sebanyak 9,3%. Selain itu, demografi penggemar K-Pop di Indonesia juga didominasi oleh perempuan yakni sebanyak 92,1%. Survey tersebut menunjukkan sebagian besar penggemar K-Pop berada pada rentang usia dewasa awal.

Makin meluasnya K-Pop (*Korean Pop*) di berbagai negara mendorong munculnya penyanyi dan grup musik baru di Korea Selatan. Penyanyi dan grup musik yang memulai karir sejak lama, mereka tidak hanya terkenal di negaranya sendiri tetapi juga terkenal di negara lain. Grup musik K-pop (*Korean Pop*) yang sudah terkenal di luar Korea menurut majalah Time diantaranya ada enam grup berdasarkan peringkat teratas tangga lagu dan popularitas di tahun 2018 yaitu, BTS, TWICE, EXO, Red Velvet, iKon, dan Seventeen (Bruner, 2018).

Salah satu grup musik dari Korea Selatan yang makin terkenal yaitu BTS merupakan grup di bawah naungan BigHit entertainment sekarang bernama HYBE Label. BTS (*Bangtan Sonyeondan*) merupakan grup musik laki-laki beranggota tujuh orang terdiri RM, Jin, SUGA, J-hope, Jimin, V dan Jung

Kook. BTS memulai karir di bulan Juni 2013 dengan lagu “No More Dream” dan perlahan mendapatkan popularitas di Korea Selatan maupun di luar Korea Selatan (Dinata,2017). Popularitas BTS semakin luas dan dikenal oleh publik, hingga menjadi no. 1 di Billboard Music Hot 100. Pengukuran popularitas lagu di Amerika Serikat mempunyai standar yang tidak mudah untuk mencapai no 1 di Billboard Music Hot 100, dibutuhkan komponen data berupa pemutaran lagu di radio, jumlah penjualan baik digital maupun fisik dan jumlah streaming di musik *online* (Rintan, 2020).

Beberapa lagu BTS diantaranya menyampaikan pesan positif melalui liriknya lagu seperti lagu *Tomorrow, The Last, Whalien 82, Epiphany, Reflection, Sea, dan Blue & rey*. Salah satu lagunya *Epiphany* yang dinyanyikan oleh salah satu member BTS Jin dalam liriknya mengajak untuk refleksi diri dan mencintai diri sendiri (Tabayyun, 2021).

Pesan dari lagu disampaikan melalui liriknya. Pesan lagu yang ingin disampaikan penulis lagu tidak hanya berasal dari dirinya, tetapi dapat muncul dari cara berpikir dirinya serta bisa melalui pengalaman pribadi dengan lingkungan sosial sekitar (Adhy, 2011). Lagu-lagu BTS yang didengarkan dan dibaca liriknya oleh penggemar mereka yang didengarkan berkali-kali bisa mempengaruhi kehidupan dirinya. Seperti dalam lirik lagu *Epiphany* yang dinyanyikan oleh anggota BTS Jin (Maulida, 2019)

“Akulah yang harus aku cintai di dunia ini
Diriku yang bersinar, jiwa yang berharga milik ku
Aku akhirnya menyadari, jadi aku mencintai diriku
Tidak begitu sempurna tetapi sangat indah
Akulah yang harus aku cintai”

Dilihat dari lirik lagu tersebut berisi ajakan untuk mencintai diri sendiri walaupun diri tidak sempurna. Penggemar juga berasal dari berbagai latar belakang yang berbeda dan mengalami hal-hal berbeda pula dalam dirinya. Melalui lirik tersebut diingatkan untuk mencintai diri sendiri.

Komunikasi berpengaruh dalam pembentukan konsep diri diri seseorang. Komunikasi tidak hanya dilakukan dua arah tetapi ada komunikasi satu arah yang disebut komunikasi massa. Salah satu komunikasi massa adalah lagu. Lagu dapat menjadi alat persuasi yang bisa mempengaruhi konsep diri.

Konsep diri berpengaruh pada kehidupan sosial seseorang, kehidupan sosial seseorang dapat pula mempengaruhi konsep diri seseorang. Konsep diri adalah bagaimana kita memandang diri sendiri, biasanya hal ini dilakukan dengan penggolongan karakteristik sifat pribadi, karakter sifat sosial, dan peran sosial. (Supratman, Mahadian, 2016: 64) (dalam Harahap,2019)

BTS memiliki *fandom (fans kingdom)* bernama ARMY (Adorable Representative M.C for Youth) (Kim,2018). *Fandom (fans kingdom)* ditujukan pada kelompok yang dibuat oleh penggemar lain dengan memiliki tujuan dan ketertarikan yang sama. Orang yang bergabung didalamnya menyukai sesuatu hal yang biasanya berhubungan dengan objek kesukaanya dan rela untuk menghabiskan energi serta waktu saat mengikuti kegiatan di suatu *fandom* (Lint, 2014: 7).

Berkembangnya Kpop dapat di lihat dari *fandom* penyanyi Korea di Indonesia termasuk Yogyakarta. Salah satunya Komunitas BAIA (BTS Army Indonesia Amino) yang awalnya berupa komunitas *online* di Indonesia

kemudian berkembang menjadi komunitas *offline*, tersebar di berbagai kota termasuk Yogyakarta dengan nama BAIA Jogja yang dibuat pada tanggal 17 Desember 2017 oleh Wulan Nurus Handoyo (sumber: peneliti).

Munculnya komunitas tersebut didasari karena sama-sama menyukai menyukai sebagai idola. Tetapi juga menganggap BTS sebagai orang yang dekat atau *significant others* dengan mereka karena kegiatan positif mereka salah satunya saat menjadi pembicara di UN membicarakan tentang lebih menyuarkan dirinya membuat mereka serasa diperhatikan. Walaupun belum pernah bertemu langsung tetapi memberikan dampak pada dirinya. Lagu mereka juga berisi pesan positif.

Significant others menurut Woelfel dan Haller (dalam Horton dan Hunt, 1991:110) merupakan orang-orang yang dapat mempengaruhi sikap individu dikarenakan peran dari orang tersebut yang dipatuhi serta dipenuhi. Orang tersebut dianggap penting bagi kita, sehingga mulai dari gagasan hingga nilai-nilai yang mereka tunjukkan cenderung akan muncul di dalam diri kita juga gagasan serta nilai-nilai tersebut.

Sebelumnya beberapa penelitian yang telah dilakukan yang berhubungan dan berkaitan dengan *significant others* dan konsep diri, diantaranya: penelitian pertama oleh Albert Ndraha (2016) yang berjudul peran *significant others* dalam pembentukan konsep diri (studi kasus tentang peran Romo dalam pembentukan konsep diri kaum muda melalui komunikasi interpersonal di Gereja Paroki Santa Maria Assumpta Babarsari). Pada penelitian ini, Albert Ndraha meneliti peran Romo dalam membentuk kaum muda di Gereja Paroki

Santa Maria Assumpta Babarsari. Objek penelitiannya adalah kaum muda yang ada di Gereja Paroki Santa Maria Assumpta Babarsari. Teori yang digunakan yaitu: teori konsep diri, *significant others*, dan komunikasi interpersonal. Metode penelitian ini dengan cara wawancara. Hasil dari penelitian menunjukkan munculnya konsep diri seseorang karena hasil interaksi lingkungan sosial. Caranya dengan melakukan komunikasi interpersonal di dalam dalam interaksi sosial. Dalam penelitian ini, peneliti melihat kaum muda melakukan komunikasi interpersonal dengan Romo di Gereja Paroki Santa Maria Assumpta Babarsari. Penggunaan komunikasi interpersonal kaum muda dapat mengetahui konsep dirinya serta pandangan orang lain yaitu pandangan Romo. Konsep diri seseorang dapat diperoleh karena adanya peran *significant others*. Romo dapat disebut sebagai *significant others* untuk kaum muda di lingkungan Gereja Paroki Santa Maria Assumpta Babarsari karena memiliki peran pembentukan konsep diri kaum muda dilihat dari pemberian motivasi dan dukungan. Selain itu juga memberikan nasehat dan konsultan bagi kaum muda serta memberikan apresiasi dalam pelayanan di Gereja, menjadikan Romo inspirasi bagi kaum muda.

Penelitian kedua oleh Anshar, dkk (2020) berjudul posisi *significant others* terhadap pembentukan konsep diri anak usia dini di Desa Latimojong Enrekang Sulawesi Selatan. Penelitian Anshar, dkk meneliti tentang ibu dan guru PAUD sebagai *significant others* bagi anak-anak berusia dini di Desa Latimojong Enrekang Sulawesi Selatan. Objek penelitiannya adalah ibu dan guru PAUD. Penelitian ini menggunakan beberapa teori yaitu teori konsep diri dan *significant others*. Metode penelitian menggunakan cara wawancara dan

observasi. Hasil penelitian menunjukkan posisi *significant others* terhadap pembentukan konsep diri anak usia dini di Desa Latimojong. Ibu membentuk persepsi identitas diri anak, dominan positif dibandingkan dengan anak yang mengalami pelabelan. Pembentuk identitas tubuh dominan negatif lebih fokus kelemahan fisik anak dibanding keunggulan positif. Ibu sebagai pendorong prestasi memberikan standar pencapaian prestasi tidak wajar sesuai kemampuan anak sehingga diberikan berupa pesan negatif “bodoh” perlahan dapat membentuk persepsi diri anak yang bodoh. Posisi guru PAUD belum signifikan membentuk interaksi positif focus diarahkan kelas baca tulis belum mengembangkan metode pengelolaan kelas.

Berdasarkan konteks masalah yang sudah dijelaskan pada latar belakang. Peneliti ingin mengetahui konsep diri penggemar BTS di Yogyakarta. grup musik idola K-Pop (Korean Pop) BTS melalui lagunya sebagai *significant others* dalam membentuk konsep diri penggemar di Yogyakarta.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian yang telah dijabarkan oleh penulis, maka penulis merumuskan masalah berkaitan dengan topik di atas, yaitu: bagaimana peran BTS sebagai *significant others* dalam pembentukan konsep diri penggemar di Yogyakarta?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai judul dengan judul penelitian ini, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui peran BTS sebagai *significant others* untuk mengetahui pembentukan konsep diri penggemar di Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam bidang ilmu komunikasi serta memberikan kontribusi bahan bacaan, khususnya pengetahuan ilmu komunikasi bahwa grup idola melalui lagu dan kegiatannya berperan dalam mengubah konsep diri seseorang.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini dapat memberikan gambaran serta referensi yang berguna tentang konsep diri.

E. Kerangka Teori

Pada penelitian ini, adanya kerangka teori sebagai dasar yang diperlukan untuk menganalisa dan menginterpretasikan data yang diperoleh oleh peneliti. Penelitian ini menggunakan teori

1. Komunikasi

Pengertian dari komunikasi menurut Effendy (dalam Nurhadi, 2017) secara etimologis, berasal dari bahasa latin *communicatio* yang sumbernya berasal dari kata *communis* berarti “sama”. Sama yang di maksud adalah persamaan makna. Adanya komunikasi terjadi karena orang-orang terlibat di dalamnya dengan memiliki kesamaan makna mengenai satu hal. Pengertian komunikasi Laswell pesan yang disampaikan kepada komunikan (penerima) dari komunikator (sumber) melalui saluran tertentu baik secara langsung atau tidak langsung dengan tujuan memberikan dampak kepada komunikan sesuai yang diinginkan komunikator, yang

memenuhi unsur sebagai berikut: *who, says what, in which chanel, to whom, with what effect* (Mulyana,2007: 29).

2. Komunikasi Massa

Komunikasi massa salah satu proses komunikasi yang berlangsung pada masyarakat luas yang memiliki ciri gabungan antara tujuan, organisasi dan kegiatan yang sebenarnya (McQuail, 1987:7). Komunikasi massa mempunyai cara khusus untuk memberikan pesan, supaya dapat tersampaikan ke semua lapisan masyarakat. Komunikasi massa (Suprpto, 2009) mempunyai ciri khas komunikasi berlangsung satu arah, pesan yang diberikan bersifat umum, melahirkan totalitas, serta komunikasi pada komunikasi massa bersifat heterogen.

3. Teori Interaksionisme Simbolik

Teori interaksionisme simbolik dicetuskan pertama kali oleh George Herbert Mead membangun teori komunikasi untuk memberikan kontribusi terhadap sosisokultural dengan cara memahami diri sendiri dan masyarakat. Teori ini mengajarkan untuk manusia berinteraksi satu dengan lainnya, dengan saling membagi makna tindakan dalam jangka waktu tertentu (Morrison, 2013: 74). Kemudian Herbert Blumer (Dalam Mulyana, 2001: 68) yang muncul pada tahun (1937) menciptakan istilah “interaksi simbolik” dikalangan komunitas akademis dan menjadi populer.

Teori ini menurut Ralph LaRossa dan Donald C. Reitzes (dalam West dan Turner, 2018: 98) berpusat pada individu yang membentuk makna melalui komunikasi, karena makna itu sendiri tidak bersifat

intrinsik terhadap apapun. Memerlukan interpretasi dalam diri manusia untuk menciptakan makna, tujuan dari interaksi ini adalah untuk menciptakan makna yang sama. Orang berkomunikasi dengan orang lain berdasarkan makna yang diberikan orang lain kepada mereka. Perilaku yang dilaksanakan adalah seperangkat pikiran dan perilaku sadar antara rangsangan dan tanggapan orang terhadap rangsangan tersebut. Makna yang diberikan pada sebuah simbol merupakan produk interaksi sosial dan menggambarkan kesepakatan kita untuk menerapkan makna tertentu pada simbol tertentu. Makna bisa ada jika orang memiliki interpretasi yang sama terhadap simbol yang mereka tukarkan dalam interaksi mereka. Proses interpretasi terdiri dari dua tahap: tahap pertama melibatkan aktor tidak melibatkan orang lain dengan berkomunikasi dengan dirinya sendiri, menentukan objek yang memiliki makna, dan tahap kedua melibatkan aktor dengan menafsirkan makna yang ada dalam konteks memilih, memverifikasi dan mengubah di mana mereka berada, melibatkan dua orang dalam hal makna.

a. **Dasar-dasar Interaksi Simbolik**

Herbet Mead memiliki tiga inti pemikiran (dikutip West dan Turner, 2008) dalam teori interaksi simbolik yaitu:

1. ***Mind* (Pikiran)**

Mind (pikiran) kemampuan yang dimiliki oleh individu menggunakan simbol yang memiliki makna sosial sama untuk

melakukan hal tersebut manusia mengembangkan pikiran mereka dengan cara berinteraksi dengan orang lain. Untuk berinteraksi dengan orang lain digunakan bahasa sehingga bahasa menjadi sesuatu yang penting. Berdasarkan Mead bahasa menjadi simbol signifikan (*significant symbol*) karena memunculkan makna sama yang digunakan banyak orang. Pikiran (*mind*) menciptakan *setting interior* bagi masyarakat dengan cara menggunakan bahasa dan berinteraksi dengan orang lain. Pikiran mempunyai hubungan timbal balik yang digambarkan dengan cara menginternalisasi masyarakat tidak hanya bergantung pada masyarakat. Ketika mempelajari bahasa sekaligus belajar norma sosial dan norma yang ada. Selain itu, belajar cara membentuk dan mengubah dunia sosial melalui interaksi yang ada.

Salah satu aktivitas pikiran (*mind*) adalah kemampuan memainkan peran dan tempat simbolis dalam imajinasi orang lain. Ciri khas pikiran memiliki kekuatan untuk memanifestasikan dirinya tidak hanya dalam reaksi, tetapi juga dalam reaksi masyarakat, di mana komunitas itu disebut pikiran (*mind*).

2. *Self*

Konsep *self* (diri) merupakan kemampuan individu dalam menggambarkan dirinya melalui perspektif dari orang lain. Diri bukan berasal intropeksi atau pemikiran diri sendiri yang sederhana melainkan membayangkan diri kita bagaimana dilihat oleh orang

lain. Konsep Charles Cooley kemampuan individu melihat dirinya dari pantulan dari pandangan orang lain disebut sebagai cermin diri (*looking glass self*) dan terdapat tiga prinsip untuk mengembangkan yaitu individu membayangkan bagaimana orang lain melihat dirinya, membayangkan orang lain menilai penampilan dirinya dan merasa tersakiti atau bangga karena perasaan pribadi individu (West dan Turner, 2008).

Teori *self* (diri) Mead dilihat dari bahasa seseorang yang dapat dijadikan objek maupun subjek untuk dirinya. Saat menjadi subjek, kita yang bertindak disebut sebagai *I*. Sedangkan saat menjadi objek, kita mengamati diri kita yang sedang mengamati disebut sebagai *Me*. *I* dan *Me* merupakan proses yang saling berintergrasi dalam diri.

3. *Society*

Konsep terakhir Mead, *society* (masyarakat) merupakan jejaring hubungan sosial diciptakan oleh manusia dimana individu melakukan secara sukarela. Masyarakat diciptakan dan dibentuk oleh individu yang memiliki tujuan yang sejalan satu dengan lainnya (Forte,2014) (dalam dari West dan Turner, 2008).

Society (masyarakat) tidak hidup sendiri tetapi terdiri dari individu-individu yang memiliki dua bagian penting masyarakat yang mempengaruhi pikiran dan diri seseorang. Bagian penting masyarakat yaitu *particular others* merujuk pada hubungan yang

dekat dan penting bagi individu, seperti teman kerja, keluarga, sahabat, kekasih dan teman dan *generalized others* merujuk kelompok sosial dan budaya secara keseluruhan di dalamnya yang terdapat peranan, aturan dan sikap yang mempengaruhi diri individu (konsep diri).

b. Tema dari teori interaksi sosial

Teori interaksi simbolik terdapat tiga tema dan asumsi menurut Ralph Larossa dan Donal C. Reitzes (1993) dalam (West dan Turner, 2008: 98)

1. Pentingnya makna bagi perilaku manusia

Teori ini individu membentuk makna dengan proses komunikasi, makna sendiri tidak bersifat intrinsik terhadap apapun. Menciptakan makna orang membutuhkan konstruksi interpretif. Memerlukan hal tersebut karena orang akan kesulitan berkomunikasi.

2. Pentingnya konsep mengenai diri

Sebuah perspektif di dalamnya relatif stabil dipercaya oleh orang mengenai dirinya sendiri disebut konsep diri.

3. Hubungan antara individu dengan masyarakat

Berkaitan dengan dengan hubungan antara kebebasan individu dan batasan sosial.

c. Asumsi dari teori interaksi sosial

Asumsi di bawah ini untuk mendukung tema dalam interaksi sosial:

1. Manusia akan bertindak terhadap manusia lainnya berdasarkan makna yang diberikan orang lain pada mereka.

Dijelaskan perilaku itu sebagai susunan sebuah pemikiran serta perilaku yang dilakukan secara sadar antara rangsangan tersebut dan respon orang dari tersebut berkaitan rangsangan itu.

2. Makna diciptakan dalam interaksi dalam interaksi manusia

Munculnya makna terjadi hanya saat orang memiliki pemahaman dan menginterpretasikan simbol yang sama ketika mereka bertukarkan di dalam interaksi.

3. Makna dimodifikasi melalui proses interpretif

Proses interpretif Herbert Blumer memiliki dua langkah. Langkah pertama, ketika para pelaku untuk menentukan benda-benda yang mempunyai makna. Kemudian si pelaku dilibatkan dalam hal mengecek, memilih serta juga melakukan transformasi makna di dalam konteks di mana ketika mereka berada merupakan langkah kedua proses interpretif

4. Individu-individu mengembangkan konsep diri melalui interaksi dengan orang lain

Asumsi ini menjelaskan untuk membangun perasaan akan diri (*sense of self*) tidak selalu melalui kontak dengan orang lain. Orang terlahir tidak memiliki konsep diri, kemudian belajar tentang diri mereka dengan cara interaksi.

5. Konsep diri memberikan motif yang penting untuk perilaku

Pemikiran tentang keyakinan, nilai, perasaan, penilaian-penilaian terhadap diri dapat memengaruhi perilaku. Proses ini dinamakan prediksi pemenuhan diri (*self-fulfilling prophecy*), atau disebut juga sebagai pengharapan akan dirinya membuat seseorang berperilaku apapun hingga terwujud harapannya.

6. Orang dan kelompok dipengaruhi oleh proses budaya dan sosial

Asumsi dimana mengakui norma-norma sosial untuk membatasi perilaku individu. Selain hal itu, adanya budaya yang sudah terlebih dahulu ada secara kuat dapat mempengaruhi dalam hal perilaku serta sikap dianggap penting dalam konsep diri.

7. Struktur sosial dihasilkan melalui interaksi sosial.

Interaksi sosial menghasilkan struktur sosial dengan cara menengahi posisi yang sudah dipakai sebelumnya dimana tidak ada perubahan struktur sosial serta situasi sosial dapat dimodifikasi oleh individu.

4. Konsep diri

Individu memiliki cara untuk bisa memahami diri sendiri yang nantinya bisa menghasilkan konsep individu. Umumnya orang memiliki wawasan serta keyakinan unik mengenai dirinya. Adanya konsep diri membuat identitas digunakan untuk membedakan antara satu orang dengan lainnya. Kejadian yang dialami, didengar, dilihat, dirasakan dan sesuatu yang dilakukan oleh seseorang dapat mempengaruhi dirinya dalam pembentukan serta perubahan konsep diri individu tersebut (Rahman, 2013 : 62).

Konsep diri (Sunaryo, 200: 32) individu memandang dirinya utuh yang berhubungan dengan sosial, spritual, fisik intelektual dan emosi. Persepsi mengenai sifat dan potensi, interaksi bersama orang lain maupun sekitar, hal-hal berkaitan pengalaman, harapan, keinginan, objek, dan tujuan yang dimiliki individu tersebut.

Branden (dalam Dariyo, 2007: 202) konsep diri didefinisikan gambaran diri yang sifatnya menyeluruh terhadap adanya keberadaan diri seseorang. “*Self*” dan “*self concept*” digunakan secara bergantian untuk menunjuk kesadaran-diri seseorang secara keseluruhan (Gross,2013:.228).

1. Komponen -komponen Konsep Diri

Tiga komponen utama konsep diri menurut (Gross, 2013: 229), yaitu:

1) *Self image*

Mengacu bagaimana cara kita mendeskripsikan diri kita. Salah satu cara untuk menginvestigasinya dengan menanyakan pertanyaan “siapa aku?” dari hasil tersebut biasanya menghasilkan dua kategori utama yaitu ciri kepribadian dan peran sosial.

2) *Self esteem*

Mengacu pada seberapa jauh individu menyukai dan menyetujui diri sendiri, *self-esteem* dapat dianggap sebagai bagaimana individu mengevaluasi *self-image* itu sendiri.

3) *Ideal Self*

Pada *self-image* dijelaskan seperti apa diri kita ini sedangkan *ideal self* (*ego-ideal* atau *idealized self-image*) ada perbedaan mengenai hal apakah yang diinginkan diri nantinya dan hal ini dapat bervariasi dalam hal *extent* dan *degree*.

2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsep Diri

Faktor-faktor yang mempengaruhi konsep diri (Rakhmad, 2005: 100-110), yaitu :

1) Orang lain (*significant others*)

Untuk mengenal dirinya sendiri dengan cara mengenal terlebih orang lain lebih dulu. Menilai dirinya sendiri dapat membentuk konsep diri. Walaupun begitu orang lain tersebut

tidak selalu memiliki berdampak sama di diri kita. Orang terdekat dengan kita adalah orang yang berpengaruh, seperti saudara, orang tua, atau yang tinggal satu rumah bersama kita.

2) Kelompok

Rujukan (*Reference Group*) dalam bermasyarakat, pastinya kita menjadi anggota dari berbagai kelompok dapat mengikat secara emosional serta mempunyai pengaruh ke konsep diri kita. Kelompok tersebut, orang dapat mengarahkan perilakunya serta menyesuaikan dirinya dengan ciri-ciri kelompok tempat dirinya bergabung.

3) Nubuat yang Dipenuhi Sendiri

Setiap orang bertingkah laku sedapat mungkin sesuai dengan konsep dirinya. Memiliki keinginan atau kecenderungan bertingkah laku sesuai dengan konsep dirinya disebut juga sebagai nubuat yang dipenuhi sendiri.

4) Membuka Diri

Membuka diri dapat membuat lebih dekat terhadap kenyataan yang nyata. Bila konsep diri sesuai dengan pengalaman kita, kita akan lebih terbuka untuk menerima pengalaman-pengalaman dan gagasan-gagasan baru, lebih cenderung menghindari sikap defensif, dan lebih cermat memandang diri kita dengan orang lain.

a) Percaya Diri (*Self Confidence*)

Kegiatan dirinya ingin menutup diri karena konsep diri yang negatif muncul berasal dari minimnya kepercayaan akan kepada kemampuan diri sendiri. Orang yang tidak menyukai dirinya beranggapan dirinya tidak sanggup menangani persoalan.

b) Selektivitas

Perilaku individu dipengaruhi oleh konsep diri karena bagaimana mempersepsi pesan itu, pesan apa individu bersedia membuka diri dan apa yang diingat. Terdapat tiga persepsi terdiri diri: terpaan selektif (*selective exposure*), persepsi selektif (*selective perception*), dan ingatan selektif (*selective attention*).

3. Pembagian Konsep Diri

Pembagian ini menurut Brooks dan Emmert (dalam Rakhmad, 2005: 105) ada dua, yaitu:

a. Konsep Diri Negatif

1. Peka pada kritik
2. Responsif terhadap pujian
3. Hipekratis
4. Cenderung merasa tidak disenangi orang lain

5. Tidak memiliki motivasi bersaing

b. Konsep Diri Positif

1. Memiliki keyakinan menyelesaikan masalah
2. Merasa dirinya setara dengan orang lain
3. Tanpa rasa malu menerima pujian
4. Merasa menyadari setiap orang memiliki perbedaan keinginan, perasaan serta perilaku.

4. Mengukur konsep diri

Tiga dimensi yang dijabarkan (Calhoun dan Acocella, 1990 : 75-76) digunakan mengukur konsep diri terdiri dari: pengetahuan tentang diri sendiri, pengharapan tentang diri sendiri dan penilaian tentang diri sendiri, sebagai berikut:

a. Pengetahuan tentang diri sendiri

Aspek yang paling mendasar pada konsep diri dan mengacu pada konsep diri dan mengacu pada pengetahuan akan pertanyaan “siapakah saya?”, bertanya hal itu mencakup label-label serta individu yang menggambarkan dan membangun identitasnya. Dimensi yang pertama merujuk mengenai identitas diri seperti jenis kelamin, suku bangsa, pekerjaan, usia dan sebagainya. Dan membuat julukan tertentu untuk diri kita.

b. Pengharapan tentang diri

Kita yang di masa mendatang tidak terlepas dari pandangan mengenai diri kita sendiri. Dapat dikatakan sebagai harapan untuk diri yang dikatakan ideal. Adanya harapan dapat membangun kekuatan untuk mencapai harapan tersebut.

c. Penilaian tentang diri sendiri

Dikatakan pengetahuan tentang diri sendiri tentang diri sendiri. Menyangkut tentang seberapa besar evaluasi untuk kita menyukai diri kita sendiri. Semakin besarnya gambaran tentang diri sendiri dengan diri kita yang ideal dan aktual akan semakin rendah harga diri yang tinggi untuk menyukai siapa dirinya, apa yang dikerjakannya dan sebagainya.

F. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif metode ini bertujuan untuk mengetahui serta memahami apa yang terjadi terhadap subjek penelitian. (Moleong, 2017: 6).

2. Metode Penelitian

Penelitian menggunakan metode deskriptif mempunyai tujuan mendeskripsikan subjek penelitian dari data yang diperoleh. Penelitian deskriptif dijelaskan berdasarkan data yang disajikan kemudian dianalisis serta diinterpretasikan untuk memecahkan masalah (Sugiyono, 2015:

44). Penggunaan metode bertujuan memberikan gambaran fenomena yang diteliti.

3. Lokasi penelitian

Penelitian dilakukan di Thon's coffee Yogyakarta yang berada di Sleman lebih tepatnya di Jl. Seturan Raya, Kledokan, Caturtunggal, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55281.

4. Subjek Penelitian dan Objek Penelitian

Penelitian dilakukan di BAIA Jogja. Subjek penelitian ini adalah anggota BAIA Jogja. Subjek penelitian dipilih berdasarkan kebutuhan peneliti untuk penelitian untuk menggali data informasi yang dibutuhkan. Peneliti memilih narasumber dilihat dari jabatan dan informasi yang bias didapatkan. Jadi, subjek penelitian ini adalah anggota BAIA Jogja. Berikut daftar informasi narasumber:

No	Nama partisipan	Usia	Status
1.	Wulan Nurus Handoyo	22 tahun	Mahasiswi S1 AMIKOM
2.	Dinda Fatmawati	21 tahun	Mahasiswi S1 Universitas Negeri Yogyakarta
3.	Fani	26 tahun	Mahasiswi S2 Universitas Gajah Mada Fakultas Ilmu Kedokteran Hewan Pascasarjana

(Sumber: Olahan data penulis)

Objek penelitian pada penelitian ini adalah konsep diri anggota BAIA Jogja.

5. Teknis Pengumpulan Data

a. Wawancara

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara dengan Wulan Nurus Handoyo selaku ketua BAIA Jogja Yogyakarta, Dinda Fatmawati selaku sekretaris BAIA Jogja, dan Fani selaku bendahara BAIA Jogja. Wawancara dilakukan untuk mendapatkan penjelasan lengkap dari subjek penelitian mengenai hal-hal yang berkaitan dengan peran BTS sebagai *significant others* dalam pembentukan konsep diri penggemar BTS di Yogyakarta.

b. Dokumentasi

Data sekunder penelitian ini berupa dokumentasi. Penggunaan dokumentasi diperlukan untuk penelitian dianggap sebagai bukti sumber yang stabil, sifatnya yang alamiah sesuai dengan konteks memberikan kesempatan lebih untuk membuka serta memperluas pengetahuan terhadap suatu fenomena yang sedang diteliti (Moleong, 2017 : 24).

6. Teknis Analisis Data

Teknik analisis data dipakai oleh peneliti adalah menggunakan analisis dari (Moleong 1994:103). Tahapan-tahapan analisis data adalah seperti berikut:

a. Pengumpulan Data

Pengumpulan data oleh peneliti lakukan dengan cara pemilihan narasumber. Sumber data nantinya yang akan dipilih peneliti untuk mendapatkan data dan mengkategorikan berdasarkan pertimbangan. Pengumpulan berupa menggunakan cara wawancara, tahap ini peneliti menyiapkan pertanyaan.

b. Reduksi Data

Tahap reduksi data peneliti melakukan analisis untuk menonjolkan, mengarahkan serta merapikan data kasar yang diperoleh peneliti dengan cara membuang yang diperlukan dalam penelitian. Bertujuan untuk pemusatan serta pemilihan data relevan dengan masalah yang diteliti.

c. Penyajian Data

Tahapan penyajian data dimana data telah di reduksi dan kemudian disajikan secara naratif. Penyajian data memberikan informasi yang disusun serta sudah diseleksi untuk memudahkan untuk mengambil kesimpulan. Penyajian data ini bias berupa gambar, table dan lain sebagainya yang merupakan gambaran dari keseluruhan data yang telah diperoleh narasumber. Rangkaian informasi berdasarkan keadaan sesuai data yang didapatkan.

d. Penarikan Kesimpulan

Tahap penarikan kesimpulan, seluruh data yang telah didapatkan hasil wawancara dan studi dokumentasi berupa kata-kata, gambar akan di proses serta dianalisis menjadi data dapat disajikan yang pada akhirnya menjadi kesimpulan.

7. Uji Keabsahan Data

Menguji keabsahan data menurut Sugiyono (2015: 142) menggunakan uji triangulasi untuk mengecek kredibilitas dari data yang didapatkan dari berbagai sumber, cara serta waktu. Uji triangulasi dibagi menjadi tiga, yaitu:

- a. Triangulasi Teknik, digunakan untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek sumber yang sama menggunakan teknik yang berbeda.

- b. Triangulasi waktu, waktu juga dapat mempengaruhi kredibilitas data. Mengambil data disesuaikan dengan kondisi dari narasumber.
- c. Triangulasi sumber, digunakan untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data dengan beberapa sumber yang ada.

Penelitian ini menggunakan triangulasi sumber, dimana nantinya peneliti membandingkan data yang diperoleh dari sumber dengan sumber lainnya.

