



Fanatisme *Idol Korean Pop (K-Pop)* terhadap Kesehatan Mental Remaja (Studi Komunitas BTS ARMY/@Army_Indonesia)

Fathiyah Mutmainnah^{1*}, Sokhivah²

¹⁻²Ilmu Kesejahteraan Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik,
Universitas Muhammadiyah Jakarta, Indonesia

Jl. K.H. Ahmad Dahlan, Cireundeu, Kec. Ciputat Timur, Kota Tangerang Selatan, Banten, Indonesia

Korespondensi penulis : fathiyah2105@gmail.com*

Abstract. *This research aims to determine the mental health condition of BTS fans in the BTS ARMY/ @Army_Indonesia community by looking at the influencing factors of fanaticism and the forms of activities carried out by BTS fans in the community. This research uses descriptive qualitative research methods. Data collection was carried out by means of interviews, observation and documentation and determining informants using purposive sampling. The research results show that Korean pop (K-pop) idol fanaticism on the mental health of teenagers in the BTS ARMY/ @Army_Indonesia community has an impact on their mental health so that it can be seen from the condition of emotional well-being which has a moderate level of fanaticism (personal intensity) such as BTS songs as inspiration, to convey emotions and feelings. Psychological well-being that has a high level of fanaticism (Borderline Pathological) such as, helping to heal oneself, calling BTS as a therapy tool, starting to be self-confident, to addiction, throwing away and not being able to share time with personal life. Social welfare that has a high level of fanaticism (Borderline Pathological), such as joining a community, adding to relationships, aggressive behavior, and breaking off friendships. The causes of adolescent Korean idol (K-Pop) fanaticism are influenced by several factors such as self-will, the environment, the desire to own objects, and the desire to interact with other people. Lack of awareness of oneself, parents and the environment is a challenge faced and can later increase fanaticism which has an impact on a person's mental health.*

Keywords: *Adolecent, Fanaticism, Mental Health.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kondisi kesehatan mental penggemar BTS pada komunitas BTS ARMY/ @Army_Indonesia dengan melihat faktor pengaruh fanatisme dan bentuk aktivitas yang dilakukan penggemar BTS pada komunitas. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara, observasi, dan dokumentasi dan penentuan informan dengan menggunakan purposive sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fanatisme idol Korean pop (K-pop) terhadap kesehatan mental remaja pada komunitas BTS ARMY/ @Army_Indonesia mempunyai dampak pada kesehatan mentalnya sehingga dapat dilihat dari kondisi kesejahteraan emosi yang mempunyai level fanatisme sedang (intense personal) seperti lagu BTS sebagai inspirasi, untuk menyampaikan emosi dan perasaan. Kesejahteraan psikologis yang mempunyai level fanatisme tinggi (Borderline Pathological) seperti, membantu menyembuhkan diri sendiri, menyebut BTS sebagai alat terapi, mulai percaya diri, sampai kecanduan, membuang dan tidak mampu membagi waktu dengan kehidupan pribadi. Kesejahteraan sosial yang mempunyai level fanatisme tinggi (Borderline Pathological) seperti, bergabung kedalam komunitas, menambah relasi, sampai perilaku agresif, sampai memutuskan hubungan pertemanan. Penyebab remaja fanatisme idol Korean (K-Pop) dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti, kemauan dari diri sendiri, lingkungan, keinginan untuk mempunyai benda, dan keinginan untuk interaksi dengan orang lain. Kurangnya kesadaran diri sendiri, orang tua, dan lingkungan menjadi tantangan yang dihadapi dan nantinya bisa meningkatkan fanatisme yang berdampak pada kesehatan mental seseorang.

Kata kunci: Remaja, Fanatisme, Kesehatan Mental.

1. LATAR BELAKANG

Korean Wave menjadi salah satu fenomena budaya populer yang mengandung unsur hiburan (Wahiah dkk, 2020). Jika menyinggung *Korean Wave* atau gelombang Korea maka hal yang sering diketahui orang adalah *K-Pop* dan *Idol K-Pop*. Dalam kehidupan *idol K-Pop* tentunya tidak dapat dilepaskan dari peran agensi yang mengatur seluruh kegiatannya. Hal tersebut terjadi sebaliknya hingga menimbulkan beberapa tekanan sampai memutuskan untuk bunuh diri. Salah satu kasus bunuh diri yang sudah terjadi di dunia K-Pop adalah Jonghyun Shinee, Sulli, Goo Hara dan lainnya.

Fakta mengenai kematian *idol K-Pop* tentunya membuat penggemar berduka. Bahkan sampai ingin merencanakan untuk mengakhiri hidupnya seperti apa yang dilakukan sang *idol*. Berdasarkan artikel *liputan6.com* mengungkapkan kasus *fans* Indonesia ikut Jonghyun bunuh diri disorot media luar. Dalam judul artikel tersebut menjelaskan bahwa terdapat salah satu penggemar berasal dari Indonesia ingin melakukan percobaan bunuh diri karena tidak kuat menahan sedih. Berdasarkan kasus tersebut terdapat hubungan *celebrity worship* dengan ide bunuh diri pada remaja. Remaja yang mengalami *celebrity worship* tentu akan memberikan dampak. Dampak tersebut berupa positif dan negatif. Remaja akan mengalami dampak positif yaitu terinspirasi untuk meraih mimpi dan menjadikan *role model*. Hal tersebut terjadi karena beberapa kebiasaan seperti, melihat, mendengar dan mempelajari tentang kehidupan selebriti secara berlebihan dan menimbulkan obsesi (Ni Wayan, 2020). Jika hal ini dibiarkan tentunya akan menimbulkan perilaku fanatisme pada seseorang.

Apabila fenomena fanatisme diabaikan akan menimbulkan beberapa keresahan. Tentunya hal tersebut akan menambah kasus yang sudah ada dan semakin meningkat. Keresahan tersebut membuat salah satu *idol K-Pop* menyuarakan pendapatnya dengan merilis sebuah album yang berhubungan dengan kesehatan mental dan mencintai diri sendiri. *Idol K-Pop* yang mempunyai ribuan bahkan jutaan penggemar diseluruh dunia ini adalah sebuah grup atau kelompok yang terbentuk dalam suatu agensi kecil yang berada di Yongsan, Seoul, Korea Selatan.

Agensi musik Bighit Entertainment mempunyai misi yaitu “Music & Artist for Healing” (Kimi dkk, 2022). Dalam *website* resminya tertulis bahwa agensi tersebut berkomitmen untuk membuat nyaman dan menginspirasi orang diseluruh dunia melalui musik dan artisnya (Ucik, 2023). Kerena dalam musik mereka menjadi salah satu alat terapi untuk seseorang yang mengalami gangguan kesehatan mental. Seperti kasus yang dikutip dari *Kompas.com* Agensi yang menaungi BTS (Bangtan Sonyeondan) ini berhasil mewujudkan misinya yaitu mengatasi depresi pada seseorang wanita. Selain itu, beberapa kampanye kesehatan mental yang menjadi

sorotan dunia tentang bagaimana agensi ini dengan BTS (Bangtan Sonyeondan) menyebarkan betapa pentingnya mencintai diri sendiri. Beberapa lagu pada album “Love Yourself” menjadi salah satu kampanye yang dilakukan BTS (Bangtan Sonyeondan) pada program di UNICEF (Allisa dkk,2022).

Setelah BTS (Bangtan Sonyeondan) mendeklarasikan kampanye tersebut sang *leader* Namjoon mengatakan bahwa “Tell me your story. I want to hear your voice, and I want to hear your conviction. No matter who you are, where you’re from, your skin color, your gender identity, just speak yourself. Find your name and find your voice by speaking yourself” (UNICEF,2018). Seluruh penggemar mulai menyebarkan dan mengajak kegiatan yang berisi tentang pesan “Love Yourself” yang akhirnya menjadi salah satu kampanye besar yang masih dilanjutkan para penggemar sampai saat ini. Hal tersebut menyadarkan bahwa pentingnya kesehatan mental terhadap seseorang dan pidato tersebut pada akhirnya mulai terdengar dan menjadi patokan dalam kegiatan BTS (Bangtan Sonyeondan) dan penggemarnya ARMY.

Adorable Representative M.C For Youth yang biasa disebut ARMY sebutan penggemar *idol K-Pop* BTS yang dibentuk pada 9 Juli 2013. Nama ARMY diresmikan sendiri oleh BTS melalui *fancafe*. ARMY di Indonesia merupakan penggemar terbesar yang menduduki peringkat ketiga di dunia. Berdasarkan artikel *btsarmycensus.com* Mayoritas ARMY berjenis kelamin perempuan sebanyak 96,23% dengan rata-rata usia berkisar 18 sampai 29 tahun sebanyak 69,7%. Selain itu, terdapat 10 negara dengan ARMY paling banyak. Berdasarkan data tersebut pada tahun 2022 ARMY di Indonesia menduduki posisi ketiga dari negara sebelumnya yaitu Meksiko dan Peru. Sampai tahun 2023, Indonesia masih menduduki posisi tersebut dengan penggemar sebanyak 6,8%.

ARMY di Indonesia tentunya membentuk beberapa komunitas. Komunitas tersebut nantinya akan berguna untuk membagi informasi kesesama penggemar (Ratna,2022) Salah satu komunitas ARMY yang menyorot perhatian penggemar yaitu komunitas dengan nama akun @Army_Indonesia. Komunitas tersebut semakin dikenal karena kegiatan-kegiatan yang mereka buat memberikan dampak yang cukup besar untuk Indonesia sampai dunia. Salah satu kegiatan yang membuat komunitas ini semakin dikenal banyak orang adalah kegiatan penggalangan dana yang bertema BTS Army Indonesia Peduli Palestina. Berdasarkan artikel *detik.com* pendiri komunitas tersebut mengungkapkan bahwa penggalangan dana tersebut mencapai 1 Miliar. Bantuan tersebut tentunya terkumpul dari 20.364 donatur.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan bagaimana kesehatan mental seorang remaja yang sedang mengalami krisis identitas atau pencaharian jati diri menjadi fanatisme terhadap *idol K-Pop* yang disukai. Alasan peneliti memilih komunitas tersebut adalah komunitas BTS ARMY/ @Army_Indonesia merupakan penggemar K-Pop yang terbilang banyak dan aktif di Indonesia. Peneliti juga memfokuskan penelitiannya pada fanatisme *idol K-pop* terhadap kesehatan mental remaja pada anggota komunitas tersebut. Berdasarkan fenomena yang ada dan telah diuraikan sebelumnya, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan melihat “Fanatisme *Idol Korean Pop* terhadap Kesehatan Mental Remaja (Studi Komunitas BTS ARMY/ @Army_Indonesia”.

2. KAJIAN TEORITIS

Fanatisme

Fanatisme merupakan suatu keyakinan positif atau negatif yang meliputi pandangan, tidak memiliki sandaran teori atau pijakan kenyataan, tetapi dianut secara mendalam sehingga sulit untuk diluruskan ataupun diubah (Tiara dkk,2018).

Fanatisme berasal dari bahasa latin yaitu “*fanaticus*” yang berarti antusiasme yang menggebu-gebu, dan “*fano*” yaitu pengabdian. Sedangkan “*isme*” yaitu keyakinan. Dapat disimpulkan bahwa fanatisme adalah suatu keyakinan yang terlalu kuat terhadap ajaran (Zulkarnain,2020).

Fanatisme yang bermula dari rasa suka dan kagum terlihat dari bagaimana antusiasme yang ditunjukkan oleh penggemar jika berhubungan dengan idolanya. Rasa suka dan kagum tersebut akan tumbuh dalam diri penggemar dan berkembang menjadi rasa candu, hal tersebut dapat dilihat dari intensitas seseorang yang menghabiskan waktu untuk idolanya. Kemudian rasa ingin memiliki barang berkaitan dengan fanatis yang terwujud. Keinginan tersebut seperti, penggemar dalam membeli barang yang berkaitan dengan idolanya seperti, DVD, baju, album dan lainnya (Gefanly, 2020)

Fanatisme adalah suatu aliran yang tidak statis dan tidak abadi. Menurut Dario Sor (2010) (dalam Ricardo, 2023) fanatisme lahir dalam sesuatu percakapan yang tidak karuan dan membentuk kata-kata yang dapat dipahami dalam bahasa emosional. Hal tersebut mengharuskan penerimanya berada dalam situasi yang khusus seperti “pengabdian”. Selain itu ia mengatakan bahwa ide dari fanatik merupakan ide yang maksimal yang memproses sikap keras kepala yang dimiliki oleh seseorang. Dalam ide maksimal terdapat pertukaran ide, ketika ide lainnya mendekat dan seolah-olah ide tersebut melekat pada diri seseorang.

Kesehatan Mental

Kesehatan mental menurut Merriam Webster (dalam Zulkarnain, 2019) merupakan suatu keadaan emosional dan psikologis yang baik pada individu. Hal tersebut dapat memanfaatkan kemampuan kognisi dan emosi yang berfungsi dalam komunitas serta dapat memenuhi kebutuhan hidup individu setiap harinya. Menurut World Health Organization (WHO) seseorang dapat dikatakan sehat secara mental adalah orang yang mampu menghadapi permasalahan di dalam hidupnya (Noveri dkk, 2022). WHO juga berpendapat bahwa kesehatan mental adalah kondisi yang memungkinkan seseorang berkembang dengan baik. Baik secara fisik, intelektual dan emosional, tetapi hal tersebut sesuai dengan keadaan orang lain (Attia dkk, 2020). Mengutip dari WHO “there is no health without mental health” menjelaskan bahwa kesehatan mental perlu di pandang dari sebagai sesuatu yang penting seperti kesehatan fisik. Hal ini diperkuat dengan adanya definisi bahwa seseorang dapat dikatakan sehat yaitu seimbang antara diri sendiri, orang lain dan lingkungan untuk membantu masyarakat dan individu untuk memahami bagaimana menjaganya.

Remaja

Masa remaja merupakan periode perubahan yang sangat pesat baik dari perubahan fisik, sikap, maupun perilaku. (Maryam, 2015). Pada masa ini berlangsung dari umur 15 sampai 21 tahun. Sedangkan menurut (Dr. Rusidin dkk, 2023) dalam pandangan agama remaja adalah mereka yang berada pada usia 14 samapi 24 tahun.

Remaja biasanya memiliki energi besar, emosi yang tidak beraturan, sedangkan pengendalian diri belum sempurna. Remaja juga akan sering mengalami perasaan tidak nyaman, aman, tenang dan khawatir akan hal apapun yang berujung kesepian (Prof Mohammad dkk, 2018). Pada masa itu mencakup beberapa aspek seperti, perubahan biologis, kognitif, dan sosial-emosional. Karena pada sesungguhnya remaja telah memiliki kemampuan berpikir yang luar biasa. Strauch (2003) (dalam Maryam, 2015) menyatakan bahwa adanya hubungan neuron dalam otak remaja aktif akan mengakibatkan perkembangan yang cepat dan mempengaruhi sisi emosi dan kemampuan mentalnya.

3. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif. Metode deskriptif adalah penelitian yang memahami fenomena apa yang dialami oleh subjek penelitian dengan cara menguraikan dan menggambarkan sesuai apa yang ada atau ditemui saat turun ke lapangan terkait remaja yang mempunyai sifat fanatik terhadap *K-Pop* dan berhubungan dengan kesehatan mental yang

remaja dalam suatu komunitas penggemar *K-Pop* yaitu BTS ARMY/ @Army_Indonesia. Metode kualitatif ini muncul karena terjadi perubahan paradigma atau pandangan tentang realitas, fenomena, ataupun gejala. Pandangan tersebut relitas sosial yang dipandang sebagai sesuatu yang utuh, kompleks, dan dinamis sehingga penuh makna (Dr. H. Zuchri Abdusaamad, 2021). Dengan menggunakan sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan sekunder.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Fanatisme merupakan suatu keyakinan positif atau negatif yang meliputi pandangan, tidak memiliki sandaran teori atau pijakan kenyataan, tetapi dianut secara mendalam sehingga sulit untuk diluruskan ataupun diubah (Tiara dkk, 2018). Kata fanatisme berasal dari Bahasa latin yaitu “*fanaticus*” yang berarti antusiasme yang menggebu-gebu, dan “*fano*” yaitu pengabdian. Sedangkan “*isme*” yaitu keyakinan. Dapat disimpulkan bahwa fanatisme adalah suatu keyakinan yang terlalu kuat terhadap ajaran (Zulkarnain,2020).

Faktor Pengaruh Fanatisme

Fanatisme adalah suatu aliran yang tidak statis dan tidak abadi. Menurut Dario Sor (2010) (dalam Ricardo, 2023) fanatisme lahir dalam sesuatu percakapan yang tidak karuan dan membentuk kata-kata yang dapat dipahami dalam bahasa emosional. Hal tersebut mengharuskan penerimanya berada dalam situasi yang khusus seperti “pengabdian”. Selain itu, ia mengatakan bahwa ide dari fanatik merupakan ide yang maksimal yang memproses sikap keras kepala yang dimiliki oleh seseorang. Dalam ide maksimal terdapat pertukaran ide, ketika ide lainnya mendekat dan seolah-olah ide tersebut melekat pada diri seseorang. Untuk mencapainya diperlukan adanya pengaruh. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan terhadap ketujuh informan penelitian, diketahui bahwa fanatisme terhadap BTS memiliki beberapa pengaruh yang sejalan dengan karakteristik yang diungkapkan oleh Thorne dan Bruner (2006). Pertama, terdapat keterlibatan internal, di mana para penggemar menyatakan bahwa lagu-lagu BTS menjadi alasan utama mereka untuk menetapkan diri sebagai penggemar. Kedua, keterlibatan eksternal juga berperan, seperti pengaruh lingkungan atau lingkup pertemanan yang mendorong mereka menyukai BTS. Ketiga, muncul keinginan untuk memiliki benda-benda yang berkaitan dengan idola mereka, yang dalam penelitian ini paling banyak diwujudkan dalam bentuk koleksi album. Keempat, terdapat keinginan untuk berinteraksi dengan orang lain, yang mendorong mereka bergabung ke dalam komunitas penggemar sebagai sarana untuk membangun hubungan sosial, terutama karena mereka merasa kurang memiliki teman dalam kehidupan nyata.

Bentuk Aktifitas Penggemar

Dalam penelitian ini juga melihat bagaimana bentuk aktivitas dari penggemar pada komunitas BTS Arm/ @Army_Indonesia. Aktivitas penggemar tersebut diungkapkan oleh McCudden (2011) seperti, *Meaning making* (membuat makna) yaitu pembuatan makna yang dilakukan oleh komunitas BTS ARMY/ @Army_Indonesia melalui media social seperti *Whatsapp*, *Twitter* dan *Instagram*. *Meaning sharing* (berbagi makna) seperti, komunitas tersebut membagikan kembali kepada penggemar lainnya. *Poaching* (berburu) seperti, membuat kegiatan yang bertema BTS. *Collecting* (mengumpulkan) seperti mengoleksi benda yang berkaitan dengan BTS. Terakhir adalah *Knowledge building* (membangun pengetahuan) seperti, para penggemar BTS mencari seberapa banyak informasi mengenai *Idol* yang mereka gemari.

Kesehatan Mental Remaja

Menurut Merriam Webster (dalam Zulkarnanin, 2019) kesehatan mental merupakan suatu keadaan emosional dan psikologis yang baik pada seseorang. Hal tersebut dapat dilihat dari kemampuan kognisi dan emosi yang berfungsi didalam suatu komunitas serta mampu memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari. Jika melihat definisi WHO yaitu “there is no health without mental health” dapat dikatakan bahwa kesehatan mental perlu di pandang dari sebagai sesuatu yang penting seperti kesehatan pada fisik. Hal ini dapat dilihat dari seseorang yang dapat dikatakan sehat yaitu seimbang antara diri sendiri, orang lain dan lingkungan untuk membantu masyarakat serta individu mampu memahami dan menjaganya.

Keyes (2002) (dalam Marcella, 2021) menjelaskan 3 aspek yang menunjukkan bahwa seseorang mempunyai kesehatan mental yang baik. Hal tersebut diperjelas dalam definisinya bahwa individu yang dapat berfungsi secara positif melalui beberapa aspek seperti dalam kesejahteraan emosi, psikologis, sampai sosialnya. Namun, seseorang dapat dikatakan fanatisme tentu sudah melakukan aktivitas-aktivitas yang berhubungan dengan apa yang mereka suka dan tekuni.

Fanatisme Idol Korean Pop (K-Pop) Terhadap Kesehatan Mental Remaja Komunitas BTS ARMY/@Army_Indonesia

Fanatisme dapat diinterpretasikan sebagai bentuk hubungan yang dapat menyebabkan perilaku abnormal. Karena seseorang yang fanatisme membuat seseorang menjadi sangat obsesi terhadap kehidupan selebriti yang ada didalam hidupnya. Seperti yang dapat dikatakan oleh McCutheon (2002) (dalam Natasya, dkk 2023). Seseorang yang fanatisme dapat dilihat dari *entertainment-social* yaitu, fanatisme pada level ini dapat digambarkan sebagai sebuah motivasi yang sehat. Kedua *intense personal* yaitu, seseorang sudah mempersentasikan

perasaan mendalam dan mempunyai kewajiban terhadap selebriti favoritnya. Ketiga *borderline-pathological* yaitu, seseorang tentunya akan menggambarkan sikap dan perilaku yang cukup ekstrem. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan terhadap ketujuh informan penelitian dapat diketahui beberapa informan yang memiliki kesejahteraan emosi, psikologis, sosial baik ataupun tidak. hal tersebut dapat dilihat dari tiga level fanatisme menurut McCutheon (2002).

1. Kesejahteraan Emosi

Aspek kesejahteraan emosi penggemar BTS atau anggota yang terdapat dalam komunitas BTS ARMY/ @Army_Indonesia mempunyai dua level fanatisme yaitu *entertainment social* yang berdampak positif menjadikan lagu BTS untuk mengekspresikan emosi, inspirasi dan beberapa lagu untuk menyampaikan perasaan. Perasaan lainnya adalah perasaan penggemar bergabung kedalam komunitas yaitu, kesenangan, kebahagiaan, dan merasa hidupnya lebih berwarna. Pada level kedua yaitu *intense personal* berdampak negatif kualitas hidup buruk. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa dalam aspek kesejahteraan emosi mempunyai level fanatisme yang sedang.

2. Kesejahteraan Psikologi

Aspek kesejahteraan psikologis penggemar BTS atau anggota yang terdapat dalam komunitas BTS ARMY/ @Army_Indonesia mempunyai tiga level fanatisme yaitu *entertainment social* yang berdampak positif yaitu, BTS dapat membantu mengerjakan tugas terkait kesehatan mental, dapat menyembuhkan diri, penggemar menyebut BTS sebagai alat terapi. *Intense personal* berdampak positif yaitu, penggemar mengungkapkan bahwa mulai percaya diri, menjadi lebih baik dan memiliki tujuan hidup. *Borderline pathological* berdampak negatif yaitu kecanduan, membuang waktu, tidak mampu membagi waktu untuk BTS dan kehidupan pribadi, dan penggemar merasa bahwa kehidupan didalam komunitas atau K-Pop lebih nyaman jika dibandingkan dengan orang lain dan dampak lainnya tidak memiliki teman diluar komunitas. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa dalam aspek kesejahteraan psikologis mempunyai level fanatisme yang tinggi.

Menurut penelitian Nurohmah dkk (2019) (dalam Natasya dkk,2023) menjelaskan jika penggemar K-Pop ditemukan bahwa kesejahteraan psikologis yang rendah dapat berhubungan dengan fanatisme. Tentunya fanatisme tersebut akan tinggi. Karena pada dasarnya kesejahteraan psikologis seseorang akan berdampak pada kesehatan mentalnya.

3. Kesejahteraan Sosial

Aspek kesejahteraan sosial penggemar BTS atau anggota yang terdapat dalam komunitas BTS ARMY/ @Army_Indonesia mempunyai tingkat fanatisme yang tinggi yaitu, tidak selamanya yang bergabung di dalam komunitas mempunyai kesejahteraan sosial yang baik di lingkungan sosialnya atau lingkungan di luar komunitas tersebut. Seseorang yang fanatisme akan cenderung mempunyai keyakinan atau pemikiran yang kuat tentang apa yang ia anggap benar.

Kesejahteraan sosial yang dimiliki penggemar di luar komunitas kurang baik. Hal tersebut dapat dikatakan sebagai dampak mereka menyukai K-Pop dan bergabung kedalam komunitas. Hal yang paling terlihat yaitu menarik dan menutup diri untuk lingkungan luar. Selain itu, beberapa stigma yang kurang baik di kalangan orang yang bukan penggemar K-Pop menambah beberapa informan untuk memutuskan hubungannya dengan orang yang tidak mendukung.

Seseorang yang memiliki perilaku fanatisme tentunya mempunyai fungsi mental yang terdapat didalam dirinya. Dilihat dari penelitian sebelumnya, seseorang yang memiliki perilaku fanatisme akan memberikan dampak kepada kesehatan mentalnya. Dampak tersebut yaitu positif maupun negatif. Oleh karena itu, Ricardo (2023) mengukur hal yang mendasari fungsi mental seseorang yang mengalami fanatik, yakni :

Cara ekspresi keyakinan. Dalam penelitian ini, para penggemar BTS mengekspresikan keyakinannya melewati beberapa bentuk aktivitas fangirling yang mereka ikuti. Selain itu, beberapa stigma yang diberikan oleh orang lain kepada BTS membuat penggemar untuk mengekspresikan keyakinannya bahwa dampak positif yang mereka rasakan selama menjadi penggemar cukup banyak seperti, dalam aspek emosi penggemar mempunyai perasaan yang kuat terhadap lagu yang dimiliki oleh BTS. Lagu yang BTS buat mampu mengekspresikan emosi, memberikan inspirasi, sebagai media untuk menyampaikan perasaan. Selain itu dalam aspek psikologis penggemar BTS mampu membantu mereka untuk membantu beberapa pelajaran yang berkaitan dengan kesehatan mental, sebagai media untuk menyebuhkan diri sendiri, dan alat terapi. Dampak lainnya, menjadi lebih percaya diri, lebih baik dan mempunyai tujuan hidup.

Selain itu dengan bergabungnya penggemar BTS kedalam komunitas memberikan keyakinan bahwa seseorang yang didalam komunitas memberikan dampak yang positif untuk komunitasnya dan lingkungannya seperti kesenangan, kebahagiaan dan hidup menjadi berwarna di dalam komunitas, menambah relasi, pertemanan, dan keluarga. Namun, ketika kedua hal tersebut sudah berlebihan akan berbanding terbalik yaitu berdampak negatif dan

menimbulkan sifat fanatisme. Seperti menganggap bahwa keyakinannya lebih baik dan benar, hidup berdampingan dengan K-Pop jauh lebih baik, kecanduan, agresif, konsumtif dan lainnya.

Keterlibatan Hasrat. Dalam penelitian ini, para penggemar BTS tentunya akan mencapai sebuah keinginan. Mulai dari keinginan pribadi mereka untuk menjadi lebih baik sampai keinginan sang idola. Keinginan sendiri yaitu seperti faktor pengaruh seseorang menjadi fanatisme. Seperti, menyukai K-Pop berdasarkan diri sendiri, ingin mempunyai benda atau koleksi yang berhubungan dengan idol K-Pop yang disukai, keinginan untuk berinteraksi dengan orang lain atau bergabung kedalam komunitas dan lainnya.

Identifikasi dan masalah eksistensial. Dalam penelitian ini, para penggemar BTS tentunya sudah mengenal atau mengetahui apa yang sudah ia sukai dari awal. Proses identifikasi ini dapat dikaitkan dengan bagaimana penggemar melakukan kegiatan untuk membangun pengetahuannya mengenai BTS. selain itu, untuk masalah eksistensi tentunya hal tersebut terdapat pada penggemar BTS itu sendiri. Kegiatan *fangirling* berupa membeli sampai mengkoleksi merupakan masalah eksistensial. Hal tersebut akan dianggap masalah apabila berlebihan dan menimbulkan perilaku konsumtif.

Ekspresi fanatisme kelompok. Berbiacara ekspresi fanatisme pada kelompok. Dalam penelitian ini, penggemar BTS atau anggota BTS ARMY/ @Army_Indonesia dapat dikatakan mempunyai beberapa dampak akibat dari perilaku fanatisme yang mereka lakukan selama menjadi penggemar. Dampak didalam kelompok tersebut yaitu mempunyai perasaan, senang, hidup menjadi bewarna, mempunyai relasi, teman, sampai keluarga. Namun dampak negatifnya yaitu menganggap bahwa kelompoknya paling benar hingga menutup diri.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Fanatisme dapat dikatakan sebagai hal yang dapat diterima dalam situasi yang khusus yaitu pengabdian. Selain itu seseorang yang memiliki perilaku fanatisme tentu mempunyai ide. Ketika ide tersebut mendekat tentunya akan melekat pada diri seseorang. Fanatisme *idol Korean Pop* (K-Pop) terhadap kesehatan mental remaja pada komunitas BTS ARMY/ @Army Indonesia meliputi beberapa faktor pengaruh dari fanatisme tersebut. Selain itu, aktivitas penggemar yaitu *fangirling* mampu memperkuat dengan mengukur seberapa jauh penggemar BTS melakukan kegiatan untuk mengikuti *idol K-Pop* nya. Kegiatan tersebut dapat berupa didalam komunitas dan kegiatan yang dilakukan selama *idol K-pop* nya.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode penelitian kuantitatif* (Cet. 1). Syakir Media Press.
- Ali, M., dkk. (2018). *Psikologi remaja* (Cet. 1). Bumi Aksara.
- Djibu, R., dkk. (2023). *Psikologi perkembangan* (Cet. 1). Penerbit Mitra Cendekia Media.
- Gainau, M. B. (2015). *Perkembangan remaja dan problematikanya* (Cet. 1). PT Kanisius.
- Handyanai, E. S. (2022). *Kesehatan mental (mental hygiene)* (Cet. 1). Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari.
- Risman, K. (2022). *Fanatisme mahasiswa Islam* (Cet. 1). Penerbit Rena Cipta Mandiri.
- Rubstein, R. A. (2023). *Psychoanalysis, culture and contemporary discontents* (Cet. 1). [Publisher tidak disebutkan, New York].
- Soehartono, I. (2015). *Metode penelitian sosial* (Cet. 9). PT Remaja Rosdakarya.

Jurnal dan Artikel Ilmiah

- Agustanti, A. (2022). Fanatisme dan konformitas Korean Wave pada remaja. *Edu Consilium: Jurnal Bimbingan dan Konseling Pendidikan Islam*, 3(1), 51–65.
- Aisyaroh, N., Hudaya, I., & Supradewi, R. (2022). Trend penelitian kesehatan mental remaja di Indonesia dan faktor yang mempengaruhi: Literature review. *Scientific Proceedings of Islamic and Complementary Medicine*, 1(1), 41–51.
- Aryono, M. M. (2021). Studi deskriptif kesehatan mental remaja. *Widya Warta*, 2.
- Ayu, N. W. R. S., & Astiti, D. P. (2020). Gambaran celebrity worship pada penggemar K-Pop. *Psikobuletin: Buletin Ilmiah Psikologi*, 1(3), 203–210.
- Ayunita, T. P., & Andriani, F. (2018). Fanatisme remaja perempuan penggemar musik K-Pop. *Prosiding Konferensi Nasional Komunikasi*, 2(01), 676–685.
- Damasta, G. A., & Dewi, D. K. (2020). Hubungan antara fanatisme dengan perilaku konsumtif pada fans JKT48 di Surabaya. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 7(04), 13–18.
- Etikasari, Y. (2018). Kontrol diri remaja penggemar K-Pop (K-Popers): Studi pada penggemar K-Pop di Yogyakarta. *Jurnal Riset Mahasiswa Bimbingan dan Konseling*, 4(3), 190–202.
- Fadillah, A. S., & Ratnasari, L. (2023). Fanaticism of consumptive behavior of merchandise purchasing in student boyband fans. *Formosa Journal of Science and Technology*, 2(1), 27–38.
- Ghazwani, S. A. (2019). *Fanatisme fandom ARMY terhadap boyband Korea Selatan BTS di Surabaya* (Universitas Airlangga).

- Handoko, A., & Ali, M. (2021). Hubungan fanatisme suporter sepak bola terhadap agresi Gubernur Cup di Provinsi Jambi. *Jurnal Pion*, 1(1), 34–43.
- Indah, S. (2020). Pemikiran Zakiah Daradjat antara kesehatan mental dan pendidikan karakter. *el-HiKMAH: Jurnal Kajian dan Penelitian Pendidikan Islam*, 4(1), 42–80.
- Jannah, M. (2014). Gambaran identitas diri remaja akhir wanita yang memiliki fanatisme K-Pop di Samarinda. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 2(1).
- Keyes, C. L. (2002). The mental health continuum: From languishing to flourishing in life. *Journal of Health and Social Behavior*, 43(2), 207–222.
- Khairani, N. Z., Juwitaningrum, I., & Kosasih, E. (2023). Pengaruh pola asuh permisif terhadap perilaku konsumtif pada penggemar BTS di Bandung Raya. *Sosietas: Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 13(2), 155–162.
- Khasanah, U. U., & Kusuma, A. (2023). Analisis resepsi K-Popers terhadap lagu di album BTS “Love Yourself” untuk self healing. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 10(1), 374–383.
- Kusuma, N. N. (2014). *Hubungan celebrity worship terhadap idola K-Pop dengan perilaku imitasi pada remaja* (Universitas Brawijaya).
- McCudden, M. L. (2011). *Degrees of fandom: Authenticity & hierarchy in the age of media convergence* (Disertasi, University of Kansas).
- McCutcheon, L. E., Lange, R., & Houran, J. (2002). Conceptualization and measurement of celebrity worship. *Illinois State Board of Education and Southern Illinois University School of Medicine*, 67–87.
- Mikael, K. (2022). Analisis konten pesan-pesan kesehatan mental di dalam musik populer. *SEMIOTIKA: Jurnal Komunikasi*, 16(2), 103–113.
- Nadiyya, C., & Muyasaroh, S. (2023). Pengaruh media sosial Weverse BTS terhadap pemenuhan kebutuhan afeksi pada K-Pop fandom ARMY. *Jurnal Socia Logica*, 3(3), 259–269.
- Nurdin, S. (2016). Fanatisme dalam tinjauan psikologi agama. *Jurnal Suloh*, 1(1).
- Nurpratami, A., Fakhri, N., & Hamid, A. N. (2022). Fanatisme dan kontrol diri dengan agresi verbal penggemar K-Pop di media sosial. *Jurnal Psikologi: Jurnal Ilmiah Fakultas Psikologi Universitas Yudharta Pasuruan*, 9(2), 178–195.
- Pertamasari, D. W., & Supratman, L. P. (2021). Proses komunikasi intrapersonal remaja dalam mendengarkan lagu Korea. *eProceedings of Management*, 8(5).
- Pramesti, V. M., & Dwiantari, R. (2022). Fanatisme penggemar boygroup Korea BTS dalam bermedia sosial di Twitter. *Prosiding Jurnalistik*, 8(1), 229–233.
- Pramintari, R. D., Muslimah, A. I., Syafriani, K., Shafa, K. M., & Permatasari, Y. I. (2022). Fanatisme pada fandom boy group BTS (ARMY) melalui media sosial Twitter. *SOUL: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Psikologi*, 14(1), 55–74.

- Putri, I. P., Liany, F. D. P., & Nuraeni, R. (2019). K-Drama dan penyebaran Korean Wave di Indonesia. *ProTVF*, 3(1), 68–80.
- Putri, N. K., & Nuryanti, L. (2023). *Hubungan antara fanatisme K-Pop dengan kesehatan mental remaja ditinjau dari jenis kelamin* (Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Qatrunada, A., Nadlifah, R., & Zulmi, H. (2022). Esensi grup Korea BTS dalam kesehatan mental melalui komunitas ARMY Hnaelp Center Indonesia. Dalam *Prosiding Seminar Nasional Ilmu-Ilmu Sosial (SNIIS)* (Vol. 1, hlm. 594–603).
- Radiani, W. A. (2019). Kesehatan mental masa kini dan penanganan gangguannya secara islami. *Journal of Islamic and Law Studies*, 3(1).
- Rinata, A. R., & Dewi, S. I. (2019). Fanatisme penggemar K-Pop dalam bermedia sosial di Instagram. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8.
- Safitri, D., & Hanifa, S. (2023). Fanatisme mahasiswa Universitas INABA terhadap K-Pop: Indonesia. *Journal of Digital Communication Science*, 1(1), 22–32.
- Santoso, M. B. (2016). Kesehatan mental dalam perspektif pekerjaan sosial. *Share: Social Work Journal*, 6(1).
- Saputro, K. Z. (2018). Memahami ciri dan tugas perkembangan masa remaja. *Aplikasia: Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama*, 17(1), 25–32.
- Sipayung, D. N., & Yudhakusuma, D. (2022). Konstruksi realitas fanatisme boyband BTS. *Dialog*, 7(1), 181–195.
- Thorne, S., & Bruner, G. (2006). An exploratory investigation of the characteristics of consumer fanaticism. [hal. 51–72]. [Keterangan penerbit tidak disebutkan].
- Trihandayani, T., Lutfiyani, M., Frannes, I. O. T., & Fathin, A. T. (2023). Fanatisme pada fans K-Pop di media sosial yang mengakibatkan fanwar. *Parade Riset Mahasiswa*, 1(1), 245–256.
- Valenciana, C., & Pudjibudojo, J. K. K. (2022). Korean Wave; Fenomena budaya pop Korea pada remaja milenial di Indonesia. *Jurnal Diversita*, 8(2), 205–214.
- Yasmin, A. N., & Fardani, R. A. (2020). Konstruksi makna *Love Yourself* dan *mental health awareness* bagi ARMY terhadap lagu dan campaign milik BTS. *SOURCE: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 206–211.
- Zulkarnain, Z. (2020). Pengaruh fanatisme keagamaan terhadap perilaku sosial. *Kontekstualita*, 35(1), 25–38.
- Zulkarnain, Z., & Fatimah, S. (2019). Kesehatan mental dan kebahagiaan: Tinjauan psikologi Islam. *Mawa'izh: Jurnal Dakwah dan Pengembangan Sosial Kemanusiaan*, 10(1), 18–38.